

عبير أبو ديّة

المعلومات والقيم المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية حاتم

(دراسة في تحليل المضمون)

(دراسة في تحليل المضمون)

أبو ديّة

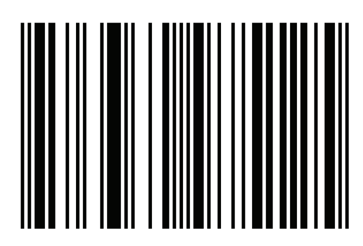
المعلومات والقيم المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية حاتم

يتناول هذا الكتاب مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، بوصفها إحدى وسائل إعلام الطفل المُهمّة في الأردن، التي من المُمكن أن تؤثر في الطفل الأردني، وتسهم في إشباع جانباً من احتياجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية، وفي تشكيل شخصيته وبِنائها؛ بما تغرسه هذه المجلات من قيم ومبادئ واتجاهات ومثل وسلوكيّات لديه؛ فمن خلال ما تقدّمه هذه المجلات من مضامين منوعة، يكتسب الطفل معارفه عن العالم الخارجي المحيط به، ويكتشف بيئته ويتعرّف إلى عناصرها ومُثيراتها المتنوّعة، ويتعلم أدواره وأدوار الآخرين، ويكتسب ثقافة مُجتمعه ولغته وقيمه ومُثله وأخلاقه.



طالبة دكتوراه إعلام في الجامعة اللبنانية (بيروت)، تخصص علاقات عامة وإعلام جديد، صدر لها عام 2017 كتاباً بعنوان "مجلات وصحف الأطفال"، كما نشر لها بحث إعلامي في مجلة الدراسات الإعلامية والاجتماعية للأبحاث المتخصصة (مجلة علمية محكمة)، شاركت بورقتين بحثيتين في مؤتمرين علميين متخصصين في عمّان، تتركّز اهتماماتها البحثية على العلاقات العامة والإعلام الجدي




978-3-330-97512-5

عبير أبو ديّة

المعلومات والقيم المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية حاتم

عبير أبو ديّة

المعلومات والقيم المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية حاتم

(دراسة في تحليل المضمون)

Noor Publishing

Impressum
Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

البيانات القانونية
معلومات ببليوغرافية للمكتبة الوطنية الألمانية: المكتبة الوطنية الألمانية تسجل هذا الوطنية الألمانية. البيانات الببليوغرافية: http://dnb.d-nb.de المنشور في الببليوغرافيا

Coverbild / صورة الغلاف
www.ingimage.com

Verlag / دار النشر
Noor Publishing
ist ein Imprint der / is a trademark of
ICS Morebooks! Marketing SRL
4, Industriala street, 3100 Balti, Republic of Moldova
Email / البريد الإلكتروني
info@omniscriptum.com

Herstellung: siehe letzte Seite /
طبع: انظر آخر صفحة
ISBN / رقم دولي معياري للكتاب
978-3-330-97512-5

Saarbrücken 2017

المعلومات والقيم المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»

(دراسة في تحليل المضمون)

الباحثة الإعلامية: عبير مجلّي أبو ديّة

قائمة المحتويات

المُلخص:

هدفت هذه الدراسة التحليلية، إلى التعرّف على المعلومات والقيم، التي تضمنتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، إلى جانب التعرّف على وسائل الإبراز التي استخدمتها المجلة، في عرض المعلومات والقيم على صفحاتها. ولتحقيق هذا الهدف، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أسلوب تحليل المضمون بشقية (الكمي والنوعي)؛ وذلك لغايات تحليل شكل ومضمون كافة المواد التحررية المنشورة في عينة قصدية قوامها (12) عدد من أعداد مجلة «حاتم»، تم اختيارها وفق تطبيق أسلوب الشهر الصناعي، مُستندة في ذلك إلى صحيفتي تحليل المضمون والشكل، اللتين تضمنتا (21) فئة تحليل رئيسة و(241) فئة فرعية وثانوية، تم تطبيقها على ما مجموعه (548) مادة تحريرية.

استخدمت الدراسة طريقة الاختبار وإعادة الاختبار، وحساب مُعدّل الثبات في ضوء الاتساق (الاتفاق) بين التحليلين باستخدام مُعادلة (هولستي)؛ بغيّة التحقق من ثبات أداة الدراسة الذي بلغ (0.93)، فيما تم استخراج النتائج الإحصائية على شكل تكرارات ونسب مئوية باستخدام نظام (SPSS) الإحصائي.

وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أبرزها:

1. تنوّعت المعلومات المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، تصدرتها المعلومات الترفيهية، ثم المعلومات الاجتماعية، فالمعلومات العلمية، فيما كانت المرتبتين الأخيرتين من نصيب كل من المعلومات الرياضية والسياسية، واللتان ظهرتا بنسب إجمالية بسيطة.

2. اهتمت مجلة «حاتم» بغرس مجموعة من القيم لدى الطفل الأردني، جاء في صدارتها مجموعة القيم الجمالية، ثم مجموعة القيم النظرية (المعرفية)، في حين حلّت مجموعتي القيم الدينية والسياسية، في أخر مرتبتين في ترتيب السلم القيمي المُقدّم في المجلة.

3. توزّعت الأهداف التي سعت المجلة إلى تحقيقها على إيصال المعلومات إلى الطفل الأردني، تلاه هدف التسلية والترفيه، ثم هدف غرس القيم، فيما حاز هدف نقل عادات وتقاليد المجتمع الأردني على الترتيب الأخير.

4. جاءت الفنون الصحفية في المرتبة الأولى بين الأشكال والفنون التحريرية التي استخدمتها مجلة «حاتم»، في عرض المعلومات والقيم على صفحاتها، تلتها الفنون الأدبية، فيما حلّت الأشكال التحريرية الأخرى في المرتبة الثالثة والأخيرة.

5. تصدّر الإعلان الفنون الصحفية التي استخدمتها مجلة «حاتم» في عرضها للمعلومات والقيم، فيما جاءت القصة في مُقدمة الفنون الأدبية، والتسالي والألعاب في مُقدمة الأشكال التحريرية الأخرى.

الكلمات المفتاحية: مجلات الأطفال، مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، المعلومات، القيم، تحليل المضمون.

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميّتها

أولاً: مقدمة

تُمثِّل مرحلة الطفولة أهميّة بالغة في عملية تكوين الجيل الجديد، في أيّ مجتمع من المُجتمعات؛ ففي هذه المرحلة العمرية، تنمو قُدرات الطفل وتتفتّح مواهبه، ويكون قابلاً للتأثر والتوجّيه والتشكيل، وقد أثبتت الدراسات والأبحاث النفسية والتربويّة، خطورة هذه المرحلة وأهميّتها في بناء الإنسان وتكوين شخصيته، وتحديد اتجاهاته المستقبليّة، وتشكيل وعيه الثقافي والمعرفي والقيمي والسلوكي، فما يتكون في هذه الفترة من عادات واتجاهات ومُعتقدات وقيم، يصعب تعديلها فيما بعد؛ إذ إن السمات الرئيسة لشخصية الفرد، تعود في أصولها إلى هذه المرحلة المُهمّة من حياته.

وحتى يكون أفراد الجيل الجديد قادرين على القيام بواجباتهم ومسؤولياتهم تجاه وطنهم وأمتهم، لا بدّ من الاهتمام بجميع الجوانب التربوية والنفسية والمعرفية للطفل. ويبدأ هذا الاهتمام من داخل الأسرة، ثم تتفرّع المسؤوليات لتشمل المُجتمع بأسره، بما فيه وسائل الإعلام، التي تؤدي دوراً مُهمّاً وخطيراً في تكوين ثقافة الطفل وتشكيل وعيه وإدراكه، فضلاً عن دورها الكبير في رفع مستوى الوعي وتعبئة وجهة النظر العامة، في التعرّف على احتياجات الأطفال والأيمان بها، وبناء جسور تواصل بين عالم الطفل وبين الثقافة السائدة من حوله.

وبالرغم من اشتراك وسائل الإعلام المُختلفة، مع البيت والمدرسة ومؤسسات الثقافة في المُجتمع في مهام تنشئة الطفل، إلا أنها لا تنتهج الطرق والوسائل والأساليب نفسها، بل أنها تُعدّ ذات تأثيرٍ أكبر من كافة مؤسسات المُجتمع التربويّة الأخرى؛ لما تمتلكه من آليّات متنوّعة ومُتجددّة للتأثير.

في ضوء ما سبق، ازداد الاهتمام باستخدام وسائل الإعلام في بناء الطفل، وتقديم خدمات تربوية، وتعليمية، وتثقيفية، وترفيهية له؛ بما يُسهم في تشكيل شخصيته ورسم ملامح هويته الثقافية، ويُنمّي إمكاناته، ويزيد من معارفه ومعلوماته. وليس ذلك فحسب، وإنما اتسع دور وسائل الإعلام أيضاً في بناء مهارات الطفل وقُدراته الفرديّة، كل ذلك من خلال ما تنشره أو تبثّه هذه الوسائل من مضامين منوّعة.

تأسيساً على ما تقدّم، تتناول هذه الدراسة التحليلية مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، بوصفها إحدى وسائل الإعلام المُهمّة في الأردن، التي من المُمكن أن تؤثر في الطفل الأردني، وتُسهم في إشباع جانباً من احتياجاته النفسية والاجتماعية والمعرفية، وفي تشكيل شخصيته وبنائها؛ بما تغرسه هذه المجلات من قيم ومبادئ واتجاهات ومثل وسلوكيّات لديه؛ فمن خلال ما تُقدّمه هذه المجلات من مضامين منوعة، يكتسب الطفل معارفه عن العالم الخارجي المحيط به، ويكتشف بيئته ويتعرّف إلى عناصرها ومُثيراتها المتنوّعة، ويتعلّم أدواره وأدوار الآخرين، ويكتسب ثقافة مُجتمعه ولغته وقيمه ومُثله وأخلاقه.

ثانياً: مشكلة الدراسة

لاحظت الباحثة ندرة الدراسات الإعلاميّة المحليّة، التي تناولت مجلات الأطفال كمشروع ثقافي تنويري، ووسيلة إعلامية مُهمّة موجّهة للطفل. كما لاحظت أن الأسواق الأردنية قد غدت بغياب مجلة الأطفال الأردنية «حاتم» وتوقّفها عن الصدور، خالية من أي مجلة أردنية مُتخصصة في هذا المجال؛ إذ ما يصدر حالياً من مجلات أطفال محليّة لا يُباع بالأسواق، ولكن ينحصر توزيع نسخها مجاناً وكهدايا للمؤسسات والهيئات الاجتماعية المحليّة.

تبعاً لما تقدّم، تكون النسبة الأكبر من الأطفال الأردنيين، قد حُرمت من هذا النوع من المجلات، بكل ما تحمله من مُثيرات جذابة ومؤثرات فاعلة، وبما تُتضمنه من معلومات ومعارف ومفاهيم وخبرات جديدة، تُقدّمها عبر أحداثها وشخصياتها، وبما تغرسه في نفوسهم من قيم ومُثل واتجاهات وسلوكيّات، ايجابية كانت أو سلبية، تطور شخصياتهم وتصقلها، وتُنمّي وعيهم وتُثري حياتهم العقلية بمعارف مُختلفة؛ مما يساعدهم بالمُحصّلة على فهم واستيعاب ما يدور من حولهم، وبالتالي إعدادهم لمواجهة المُستقبل بوعي وإدراك.

في ضوء ذلك، تأتي هذه الدراسة التحليلية لتقويم جهود التجربة الأردنية، فيما يتعلّق بإصدار مجلات خاصة بالأطفال، من خلال تحليل مضامين عيّنة من أعداد مجلة «حاتم»، بوصفها أنموذجاً لمجلات الأطفال الأردنية، خاصة وأن المجلة محل التحليل، كانت تصدر بانتظام عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، لنحو خمسة عشر عاماً متواصلاً، قبل أن تتوقّف عن الصدور يوم 2013/5/15، بحصيلة (168) عدد.

بناءً على ما سبق، تتحدد مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: **ما المعلومات والقيم المتضمنة في مجلة الأطفال الأردنيّة «حاتم» وما وسائل الإبراز المُستخدمة في عرض هذه المعلومات والقيم على صفحات المجلة؟**

ثالثاً: أهداف الدراسة

سعت الدراسة إلى تحقيق الأهداف الرئيسة الآتية:

1- التعرّف على المعلومات والقيم المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنيّة «حاتم».

2- التعرّف على وسائل الإبراز المُستخدمة في عرض المعلومات والقيم على صفحات المجلة.

رابعاً: أسئلة الدراسة

حاولت الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

① ما المعلومات والقيم المُتضمنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنيّة «حاتم» وما تراتيبها؟

وتفرّع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما مصادر المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

2. ما المجال الجغرافي الذي غطّته المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

3. ما المستوى اللغوي الذي تم استخدامه في صياغة المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

4. ما صور الفاعل التي تم استخدامها في المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

5. ما اتجاه المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

6. ما أهداف المواد التحريرية التي تم نشرها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

7. ما الأسلوب الذي تم استخدامه في عرض المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

8. من الفئة المُستهدفة من جمهور الأطفال في المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» من حيث النوع الاجتماعي (الجندر) والمرحلة العمرية التي ينتمون لها؟

② ما وسائل الإبراز المُستخدمة في عرض المعلومات والقيم على صفحات مجلة «حاتم»؟

وتفرّع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عرض المعلومات والقيم المُتضمّنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

2. ما مواقع المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم على صفحات عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

3. ما المساحة التي شغلتها المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

4. ما أنواع عناوين المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

5. ما طبيعة الألوان المّستخدمة في إبراز المعلومات والقيم المتضمنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

6. ما أنواع الإطارات التي أحاطت بالوحدات الطباعية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

7. ما نوعيّة الصور الفوتوغرافية التي رافقت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

8. ما نوعيّة الرسوم التي صاحبت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

خامساً: أهميّة الدراسة

تستمد الدراسة أهميّتها النظرية من أهميّة وخصوصية الوسيلة الإعلاميّة التي تتصدى لها، والمُتمثّلة بالمجلات الموجّهة للأطفال، بوصفها وسيلة إعلامية وتربوية يحتاجها المُجتمع؛ لنقل المعلومات والقيم والتراث الثقافي إلى الطفل، كما تكتسب الدراسة أهميّتها أيضاً من أهميّة مرحلة الطفولة، باعتبارها المرحلة التكوينية الأولى لمخزون الطفل المعرفي، ومرحلة بداية انفتاحه على العالم من حوله؛ فالأطفال هم أكثر فئات المُجتمع حساسية وعرضة للتأثّر السريع بمصادر التنشئة المُختلفة في المُجتمع، بما فيها مجلات الأطفال كواحدة من أهم تلك المصادر.

أمّا عن الأهميّة التطبيقية للدراسة، فإنها تتضح في الجوانب الآتية:

1- أنها دراسة تحليلية تعتمد على أسلوب تحليل المضمون بشقية (الكمي والنوعي)؛ لغايات دراسة المضامين الإعلاميّة المطبوعة الخاصة بمُخاطبة الطفل، من خلال تحليل مضامين المواد التحريرية المنشورة في عيّنة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، من حيث: تحليل نوعيّة المضامين المُقدّمة في المجلة، والفنون والأساليب الصحفية المُستخدمة في عرض هذه المضامين؛ وذلك بقصد التعرّف على مدى إسهام المجلة موضوع الدراسة، في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل الأردني.

2- أنها تتناول خصائص التجربة الصحفية الأردنية، فيما يتعلّق بإصدار صُحف ومجلات موجّهة للأطفال، وتحديد النقاط الإيجابية والسلبية فيها، ومن ثم تقديم المُقترحات التي تدعو إلى تثبيت وتعزيز الإيجابيات وتجاوز السلبيات؛ الأمر الذي من شأنه استرعاء انتباه القائمين على صناعة وإصدار مثل هذا النوع من المجلات محليّاً، ويوجّههم نحو توظيف نتائج هذه الدراسة في تطوير هذه المُمارسة، ورفع سوية ما تطرحه هذه المجلات من مضامين موجّهة للطفل الأردني، وبالتالي تحسين مستوى الأداء في هذا المجال. وذلك لا ينطبق فقط على مجلة «حاتم» في حال تقرر استئناف إصدارها في المستقبل، وإنما لمُجمل مجلات الأطفال الأردنية، الصادر منها حالياً أو المُحتمل صدورها لاحقاً.

3- يُمكن لنتائج وتوصيات هذه الدراسة، الإسهام في تحفيز الباحثين المحليين في مجال الصحافة والإعلام، على إنجاز المزيد من البحوث والدراسات المُتعلّقة بدراسة صُحف ومجلات الأطفال المطبوعة بشكل عام، وقياس مدى تأثيرها على الطفل الأردني بصفة خاصة.

سادساً: مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائيّة

- الطفل: ورد تعريف الطفل في نص المادة الأولى من الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل، الصادرة عن الجمعيّة العامة للأمم المتحدة، في 20 تشرين الثاني/نوفمبر عام 1989، على النحو الآتي: "كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشرة، ما

لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المُنطبق عليه".[1] ويُلاحظ في هذا التعريف، الدمج بين الطفولة الفعلية والمراهقة وبداية الشباب، مع ما لكل مرحلة من خصائص جسمية وانفعالية ونفسية خاصة بها.

ـ **الطفل الأردني:** جاءت التشريعات الأردنية مُنسجمة مع الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل في تعريفها للطفل؛ إذ تحددت سن الرشد بالفقرة الثانية من المادة رقم (43) من القانون المدني الأردني لسنة 1976، "بـثماني عشرة سنة شمسية كاملة".[2] فيما حدد قانون الأحداث الأردني لسنة 1968 سن الحدث "بكل شخص أتم السابعة من عمره ولم يتم الثامنة عشـرة، ذكر أو أنثى".[3] **ويتحدد الطفل الأردني إجرائياً في هذه الدراسة:** بكل طفل قارئ للغة العربية، وينتمي إلى الفئة العمرية بين (6 – 16) سنة، ويُقيم في المملكة الأردنية الهاشمية، سواء كان حاملاً للجنسية الأردنية أو لغيرها. علماً بأن هذه الفئة العمرية، هي ذات الفئة التي كانت تتوجّه لها المجلة موضوع الدراسة.

ـ **مجلات الأطفال:** "أداة ثقافية وتربوية، إعلامية وترفيهية، يملكها الطفل وتُعبّر عن عصرها وزمانها، وتقوم بمُهمّة غرس ونقل القيم والفضائل، التي تؤكدها له وتُقنعه بها، من خلال قصصها وموضوعاتها وأبطالها، وتتميز بقُدرتها على تشكيل ذوق الطفل والإسهام في تكوين شخصيته".[4]

ـ **مجلة «حاتم»:** مجلة أطفال أردنية ثقافية شهرية مُصورة، تُعنى بشؤون الأطفال والفتيان، كانت تصدر بانتظام عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، منذ تشرين الثاني/نوفمبر1998 وحتى أيار/مايو2013، عندما قرر مجلس إدارة «الرأي»، التوقّف عن إصدار المجلة حتى إشعار آخر؛ بسبب تراكم خسائر المجلة على مدار أعوام، ليكون العدد رقم (168) بذلك هو أخر أعداد المجلة.[5]

ـ **المعلومات:** تُعدّ المعلومات المكوّن الأساسي لعملية الاتصال، ولعلّ أبرز تعريف لها هو: "كل ما يؤثّر على مستوى فهم وقناعة الفرد تجاه موقف مُعيّن".[6] أمّا المعلومات في مجال الإعلام، فإنها تُشير إلى: "أيّ مضمون يعمل على تنوير المُستقبلين، ورفع الغشاوة عن أعينهم، ومُساعدتهم على صنع القرار المُناسب".[7] **وضمن حدود هذه الدراسة، تُعرّف المعلومات إجرائياً بأنها:** أيّة حقائق، أو مفاهيم، أو تعميمات، أو أفكـار، أو معارف جديدة، في أي مجال، أو عن أيّ موضوع، أو مكان، أو شخص، أو أيّة معارف جديدة يكتسبها الطفل، من خلال قراءته واطلاعه على مضامين مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

---

(1) الموقع الرسمي لمنظمة الأمم المتحدة للطفولة ـ اليونيسيف على الإنترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2016/6/18.
(2) الموقع الرسمي لديوان التشريع والرأي على الإنترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2016/6/18
(3) الموقع الرسمي لوزارة التنمية الاجتماعية الأردنية على الانترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/6/24.
(4) راشد، نتيلة، **"مجلة الطفل وسيلة لإعطائه نصيباً عادلاً من الثقافة"**، في **الحلقة الدراسية لعام 1990 حول مجلات الأطفال**: القاهرة 24-26 نوفمبر 1990، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1992، ص152.
(5) جريدة الرأي الأردنية، **"عدد أخير من «حاتم»"**، عمّان: «الرأي»، ع15571، نُشر بتاريخ: 2013/6/13، ص1.
(6) عبد المنعم، زينب محمد، وسامي، رشا محمود، **تخطيط البرامج الإعلاميّة للطفل**، ط.1، القاهرة: عالم الكتب، 2012، ص44.
(7) المرجع السابق نفسه.

- **القيم:** "مجموعة الأحكام المعيارية المُتعلقة بمضامين واقعية، يتشربها الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات المُختلفة، وتتصف بثبات نسبي، وتشترط قبولاً من جماعة اجتماعية، تتجسد في سياقات الفرد السلوكيّة أو اللفظية أو اتجاهاته".[8]

- **تحليل المضمون:** "أحد الأساليب البحثية، التي تُستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلاميّة، وصفاً موضوعياً، منظماً، كمياً".[9]

سابعاً: حدود الدراسة

تتلخص حدود الدراسة فيما يأتي:

- **الحدود الموضوعية:** التزمت الدراسة برصد المعلومات القيم المتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، إلى جانب رصد وسائل الإبراز التي استخدمتها المجلة، في عرض هذه المعلومات والقيم على صفحاتها، وذلك من خلال دراسة وتحليل شكل ومضمون كافة المواد التحريرية المنشورة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، وفق أسس علمية معروفة، مع استبعاد ركن (أصدقاء حاتم) وزاوية (ردود سريعة) من التحليل؛ لأنهما لا يُقدّمان أيّة معلومات أو قيم للطفل القارئ للمجلة، وهو ما تبحث عنه الدراسة.

- **الحدود التطبيقية:** اعتمدت الدراسة في جانبها التطبيقي، على تحليل مضامين عيّنة عمديّة (قصدية) من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وبواقع (12) عدد، تم اختيارها وفق تطبيق أسلوب الشهر الصناعي.

- **الحدود الزمانية:** اقتُصِرت هذه الدراسة التحليلية، على دراسة وتحليل عيّنة من الأعداد الصادرة من مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، منذ إصدارها يوم 1998/11/14 وحتى إيقافها يوم 2013/5/15 .

- **الحدود المكانية:** مكان صدور المجلة موضوع الدراسة وهو المملكة الأردنية الهاشمية.

ثامناً: مُحددات الدراسة

ثمة هناك بعض الاعتبارات، التي من المُمكن أن تحول دون تعميم نتائج الدراسة، منها:

1) ترتبط دقة نتائج هذه الدراسة، بمدى درجة صدق وثبات المقياس، الذي تم إعداده لغايات تحليل شكل ومضمون عيّنة الدراسة، من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

([8]) البطش، محمد وليد، وجبريل، موسى، **"التغير في التفضيلات القيمية عند الأفراد الأردنيين بتقدمهم في العمر"**، ***مجلة أبحاث اليرموك***، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج.7، ع.2، 1991، ص47.

([9]) إسماعيل، محمود حسن، **مناهج البحث الإعلامي**، ط.1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011-ب، ص169.

2) نظراً لأنه تم تطبيق الدراسة على عيّنة من أعداد مجلة «حاتم»، الصادرة عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، وتحديداً منذ صدورها يوم 1998/11/14، وحتى توقّفها يوم 2013/5/15، فإن ذلك سيحد من إمكانية تعميم النتائج، حتى لو أجريت الدراسة نفسها على أعداد جديدة من المجلة ذاتها في حال تقرر استئناف إصدارها في المُستقبل، أو على أيّة مجلات أطفال أردنية أخرى، أكانت تصدر حالياً، أو متوقّفة عن الصدور، أو مُمكن أن تصدر لاحقاً.

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

المبحث الأول: النظريات الإعلاميّة

تقوم النظريات الإعلاميّة بدورٍ مُهم في توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مساراته المُناسبة؛ ذلك أنها تُجسّد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المُجتمع، كما تشرح ما تُحدثه من تأثير في الجمهور، أو من الجمهور نفسه تجاه الوسائل أو الرسائل الإعلاميّة، بل تتجاوز ذلك أحياناً إلى تقديم تصوّر عما يُمكن أن يحدث مُستقبلاً، كما تُقدم تصوراً عن التغيرات الاجتماعية المُحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيها.

تأسيساً على ما تقدّم، يُمكن تصوّر النظرية بأنها طائفة من الآراء، التي تحاول تفسير الوقائع العلمية أو الظنية، أو البحث في المُشكلات القائمة على العلاقة بين الشخص والموضوع، أو السبب والمُسبب. وتعني النظرية في الدراسات الإنسانية: "التصورات أو الفروض، التي توضّح الظواهر الاجتماعية والإعلاميّة، التي تأثرت بالتجارب، والأحداث، والمذاهب الفكرية، والبحوث العلمية التطبيقية".(10) وهناك من يعتقد بأن النظرية عبارة عن: "قالب فكري مُنظّم، يبدأ بمجموعة من التخيّلات العقلية (فروض علمية) تقوم بربط مجموع من المُتغيرات، تُعين الباحث على تفسير العلاقة بين المُتغيرات تفسيراً منهجياً".(11) أو أنها: "مجموعة من المفاهيم والتعريفات والافتراضات، التي تُعطينا نظرة مُنظّمة لظاهرة ما، عن طريق تحديد العلاقات المُختلفة بين المُتغيرات الخاصة بتلك الظاهرة؛ بهدف تفسير تلك الظاهرة والتنبوء بها مُستقبلاً".(12)

وبناءً على ما سبق، نجد أن النظريات الإعلاميّة تُلقي الضوء على مُجمل العمليات والتفاعلات، التي تُصاحب عملية الاتصال أو تتبعها، كما تسعى إلى تقديم تفسيرات، من شانها الإسهام في فهم تلك التفاعلات والآثار .

وانطلاقاً من طبيعة وأهداف الدراسة، سيتم في هذا الجانب تناول أبرز النظريات الإعلاميّة ذات الصلة بالإطار المفاهيمي لموضوع الدراسة؛ إذ تم اختيار ثلاث نظريات إعلامية، يُمكن لها تفسير دور صحافة الطفل عموماً في تقديم المعلومات إلى الطفل القارئ، ومُشاركتها كذلك في غرس القيم لديه، من خلال ما تطرحه هذه الصحافة من مضامين منوعة، يتم تقديمها إلى الطفل بشكلٍ جاذب ومُحبب لنفسه، والنظريات هي:

---

(10) الدليمي، عبد الرزاق محمد، **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، ط.1، عمّان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016، ص8.
(11) العادلي، مرزوق عبد الحكيم، (2004). **الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والاشباعات**، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص109.
(12) الدليمي، مرجع سابق، 2016، ص8.

❶ نظرية الغرس الثقافي

تنتمي نظرية الغرس الثقافي إلى النظريات الإعلاميّة، التي اهتمّت بدراسة التأثيرات التراكميّة بعيدة المدى لوسائل الإعلام -خاصة التلفزيون- على الجمهور؛ إذ إن الغرس وفق هذه النظرية يُشير إلى التشكيل طويل المدى للإدراكات والمُعتقدات حول الواقع الاجتماعي، نتيجة التعرّض لوسائل الإعلام.[13]

وعليه، تنفرد نظرية الغرس الثقافي بتقديم تصور لطبيعة الدور الذي تنهض به وسائل الإعلام، في تقديم الواقع الرمزي والصور الذهنية للواقع الحقيقي.[14]

وتُعدّ نظرية الغرس، المكوّن الثالث من مكونات مشروع المؤشرات الثقافية Cultural Indicators Research Project، الذي قام به فريق من باحثي مدرسة (انينبرغ) Annenberg للاتصال في جامعة (بنسيلفانيا) الأمريكية، بقيادة (جورج جربنر) George Gerbner، الذي بحث مع زملائه في تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، من خلال المحاور الآتية:[15]

1. تحليل العملية المؤسساتية للإعلام؛ بمعنى دراسة سياسات الاتصال وتأثيرها على إنتاج مضامين الرسائل الإعلاميّة.
2. تحليل محتوى الرسائل الإعلاميّة؛ بقصد تحديد الأفكار، والقيم، وأنماط الصور الذهنيّة، الأكثر شيوعاً وتكراراً في الرسائل الإعلاميّة، وخاصة في عالم التلفزيون.
3. تحديد حقيقة دور الإسهامات المُستقلة للرسائل الإعلاميّة، في تكوين مفاهيم الجمهور عن الواقع الاجتماعي وإدراكه؛ أي غرس تصورات وقيم لدى الجمهور، والغرس هو المكون الثالث لهذا المشروع.

ظروف نشأة النظرية

نبعت نظرية الغرس الثقافي من قلق الجمهور الأمريكي على المستوى القومي، من انتشار العنف والجريمة في نهاية ستينات القرن الماضي، إثر اغتيال كل من (مارتن لوثر كنج) و(جون كنيدي)، وتزايد الاهتمام بتورط الدولة في حرب فيتنام، وربط الناس بين ظهور موجات العنف والجريمة والانتشار الواسع للتلفزيون؛ ما حذا بتشكيل لجنة وطنية أميركية عام 1968؛ لدراسة أسباب العنف في المُجتمع الأمريكي، ووسائل الوقاية منه ومنعه.[16] [17]

([13]) Wood, J. T. **Communication Theories in Action: An Introduction**, 2nd edition, Belmont: Wadsworth, a division of Thomson Learning. 2000, P.252.

([14]) Frederick, W. **New Communications, Belmont**, California: Wadsworth Publishing Company Inc. 1984 p.300.

([15]) Signorielli, N. & Morgan M. (Editors), "**Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology**", **in Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research**, Newbury Park, California: Sage Publications Inc. 1990, p.15.

([16]) مزاهرة، منال هلال، **نظريات الاتصال**، ط.1، عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2012. ص340. ص340)

([17]) إسماعيل، محمود حسن، **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، ط.1، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003، ص266.

وفي عام 1969، وقبل صدور تقرير اللجنة الوطنية، قرر الكونجرس تخصيص مليون دولار أمريكي؛ لعقد لجنة لدراسة التليفزيون والسلوك الاجتماعي، فانصب تركيز مشروع المؤشرات الثقافية بصورة أساسية، على دراسة علاقة مُشاهدة التلفزيون وارتفاع مُعدلات الجريمة والسلوك العدواني في المُجتمع الأمريكي، تم ذلك من خلال تحليل مضامين البرامج الدرامية، التي تُقدّم في عطلة نهاية الأسبوع وفي وقت ذروة المُشاهدة، كما قام فريق بحث المؤشرات الثقافية، بدراسة مدى إسهام مُشاهدة التليفزيون، في تشكيل مُدركات وسلوكيّات الجمهور في بعض المجالات، مثل: الأدوار التي يقوم بها كل من الجنسين، والصور النمطية لدور كل مرحلة عمرية، والصحة، والدين، ونحوها من المجالات.[18]

مفهوم الغرس الثقافي

يُمكن تعريف الغرس الثقافي بأنه: (العملية التي تهتم باكتساب المعرفة والسلوك، من خلال الوسيط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان؛ فالبيئة الثقافية بأدواتها، هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المُجتمع، ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام، التي احتلت مكاناً بارزاً في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها).[19]

تأسيساً على ما تقدّم، تُقدّم نظرية الغرس الثقافي تصوراً تطبيقياً للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية، والتعلّم من خلال المُلاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام، في التأثير عل معرفة الأفراد وإدراكهم للعوالم المُحيطة بهم، خصوصاً بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة.[20] [21]

عمليات الغرس الثقافي

في إطار تطويره لنظرية الغرس الثقافي، أدخل (جربنر) عام 1980 مفهومين جديدين على النظرية، هما:[22]

أولاً: الاتجاه السائد: يُقصد بالاتجاه السائد، ديناميكيات غرس المفاهيم العامة للواقع الاجتماعي لدى مُشاهدي التليفزيون، مُتمثلاً بمجموعة الأفكار والقيم والصور الذهنية، التي يتم غرسها في الجمهور؛ من خلال تعرضهم المُكثّف والمُتكرر للرسائل الإعلاميّة.

([18]) الدليمي، 2016، مرجع سابق، ص162.
([19]) المرجع السابق، ص160.
([20]) إسماعيل، 2003، مرجع سابق، ص265 – ص266.
[21]() حجاب، محمد منير، **نظريات الاتصال**، ط.1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2010، ص306.
[22]() الدليمي، 2016، مرجع سابق، ص167.

فسّر (جربنر) عملية تكوين الاتجاه السائد لدى الجمهور بثلاث خطوات، هي:

1. التلاشي: وتعني أن التعرض المكثّف للرسائل الإعلاميّة، يؤدي إلى ذوبان وتلاشي الاختلافات الاجتماعية التقليدية، لوجهات النظر والصور الذهنية عن العالم.

2. التشكيل: أي تشكيل وتوجيه المضامين الإعلاميّة وما تحمله من معان مُختلفة؛ كي تُعبّر عن سياسات القائمين بالاتصال، وكذلك عن سياسات مؤسسات وسائل الإعلام.

3. الدمج: أي دمج وانسجام وتوافق صورة الواقع لدى الأفراد، مع صورة الواقع التي تعرضها وسائل الإعلام.

يتضّح مما تقدّم، أن وسائل الإعلام وفق هذه النظرية، تخلق وجهة نظر مُشتركة بين الأفراد، كما أن التعرض الكثيف لهذه الوسائل، يؤدي إلى إذابة الفروق بين الأفراد في إدراكهم للواقع الاجتماعي، التي تُسببها العوامل الديموغرافية والاجتماعية.

ثانياً: الرنين (التضخيم): يُقصد بالرنين أو التردد، تضخّم الأثر الذي تُحدثه وسائل الإعلام، خاصة عندما يتعرض الأفراد إلى واقع مُعيّن من خلالها، يُطابق الواقع الذي يعيشونه، وكأنهم بذلك يتعرضون لجرعة مزدوجة تُعمّق من تأثير الغرس. كما أن تكرار الأحداث التي يمر بها الأفراد في حياتهم وفي وسائل الإعلام، يؤدي إلى مزيد من تأثيرات الغرس.

الغرس الثقافي من خلال صحافة الطفل

رغم أن نظرية الغرس الثقافي نشأت لمواجهة ظروف اجتماعية سلبية، تمثّلت بظهور موجات العنف والجرائم والاغتيالات في المُجتمع الأمريكي، وربط علاقة التلفزيون بذلك، إلا أنه من المُمكن إسقاطها على نحو ايجابي مُغاير على صحافة الطفل؛ فإن كانت وسائل الإعلام -وفق هذه النظرية- قادرة على تحديد إدراكنا للحقائق والمعايير والقيم المُجتمعية السائدة، من خلال اختيارها للرسائل الإعلاميّة التي تُقدّمها، وتركيزها على موضوعات مُعيّنة؛ فإن صحافة الطفل أيضاً قادرة على القيام بدورها في الغرس، في حال توفّرت لها الشروط الآتية:[23]

1. جمهور القراء من الأطفال.
2. تكرار التعرّض بانتظام للصحيفة أو المجلة.
3. تكثيف تكرار النشر للموضوعات والقيم المُجتمعية الإيجابية.

---

[23] الطرابيشي، مرفت محمد كامل، **"أثر التعرّض لصحافة الأطفال على إدراك القيم الدينية لدى الطفل المصري، دراسة ميدانية وفقاً لنظرية الغرس الثقافي"**، ***مجلة كلية الآداب- جامعة الزقازيق***، 1999، ص51.

من جهة ثانية، يُمكن لصحافة الطفل تحقيق الغرس الثقافي على قرائها الأطفال، بتطبيق مفهومي (الاتجاه السائد) و(الرنين)؛ وذلك بغرسها القيم والأفكار وأنماط الصور الذهنية المقبولة في المُجتمع الذي تصدر فيه، وبتوظيفها لكافة فنون التحرير والإخراج الصحفي على صفحاتها، فضلاً عن التزامها بالبنود الآتية:[24] [25]

(1) التزام القائمين بالاتصال في صحافة الطفل، بالقيم الايجابية السائدة في المُجتمع، ومن ثم تقديمها وتكثيف النشر حولها، والعمل على تنويع استمالات الإقناع المُصاحبة لتقديم هذه القيم؛ بما يضمن على المدى البعيد، خلق اتجاهٍ سائدٍ لدى جمهور الأطفال، بأن هذه القيم هي القيم المُثلى والمُفضّلة في مُجتمعهم؛ ذلك أن التعرّض الكثيف لصحافة الطفل، يؤدّي إلى تكوين وجهة نظر مُشتركة بين الأطفال الذين يتعرضون لها، والى إذابة الفروق في إدراكهم الاجتماعي، التي تُسببها العوامل الديموغرافية والاجتماعية.

(2) قيام صحافة الطفل بغرس وتنمية المكونات النفسية والمعرفية لدى جمهورها، من خلال ما تُقدّمه من خبرات ومهارات مُختلفة ومفاهيم مُعيّنة، تُسهم في إدراك الأطفال للأولويات والقيم، وفي إدراكهم أيضاً للعلاقات بين الأشياء؛ الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى استنباط جمهور الأطفال لأنماط المعايير والقيم السائدة في المُجتمع، والتفريق بين المُهم والأقل أهميّة، وبين المُفيد والضار، وبين الخير والشر، فضلاً عن تعلمهم كيف يتصرفون حيال المواقف المُختلفة.

(3) بث المعارف، والأفكار، والمُعتقدات، والمُثل، والاتجاهات، وتقديم النماذج والشخصيات المُرتبطة بأنماط السلوك الإيجابية، التي تُشكّل أسلوب الحياة في ظل فلسفة مُحددة، تُحدد خصائص المُجتمع وتُميّزه عن غيره من المُجتمعات.

(4) يُمكن لصحافة الطفل إحداث الرنين لمعاني وقيم مُعيّنة، تعمل على تضخيم إدراك الأطفال للواقع الاجتماعي؛ وذلك عبر التنويع في أساليب كتاباتها الصحفية، وفي أساليب وفنون إخراجها الصحفي، وبالاستعانة كذلك بكافة أساليب التشويق الأخرى، مع ضرورة ربط محتوى ما تُقدّمه الصحيفة أو المجلة من رسائل إعلامية، بحاجات الأطفال ودوافعهم؛ وذلك كله بقصد الوصول في النهاية، إلى غرس وتدعيم القيم المراد التأكيد عليها .

(5) التزام صحافة الطفل الأخلاقي تجاه الفرد والمُجتمع.

وفي هذه الدراسة، تم الاعتماد على نظرية الغرس الثقافي؛ في الكشف عن أبرز المعلومات والقيم، التي شاركت مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في ترسيخها وغرسها لدى قرائها الأطفال، وذلك من خلال رصد أهم الآليّات والأساليب، التي اتبعتها المجلة في إحداثها للرنين أو (التضخيم)، فيما يتعلّق بالقيم الايجابية السائدة في

([24]) المرجع السابق، ص51 – ص52.

([25]) علي، أسامة عبد الرحيم، **القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة في تأثير الواقع الثقافي**، ط.1، القاهرة: إتراك للنشر والتوزيع، 2006، ص 64 – ص65.

المُجتمع الأردني؛ بما يعمل على تضخيم إدراك الأطفال الأردنيين للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه، وبالتالي خلق اتجاه سائد لديهم، يتفق مع ثقافة مُجتمعهم وقيمه وتوجهاته وتطلعاته.

❷ نظرية ترتيب الأولويات

تُصنّف نظرية ترتيب الأولويات ضمن نظريات القائم بالاتصال؛ ذلك لافتراضها أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور، من خلال إبراز القضايا التي تستحق، وإهمال قضايا أخرى؛ فيبدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها.[26]

من هنا، تبحث هذه النظرية في ترتيب الاهتمامات أو في وضع الأجندة، وتنطلق من قضية مُهمّة، وهي أن الإعلام ووسائله المتنوّعة يُنمّي معارف الجمهور، ويضع لهم القضايا التي يفكرون فيها، ويركّز على الشخصيات والأحداث التي يهتمون بها.

أمّا الفكرة الأساسية لهذه النظرية، فإنها تقوم على وجود علاقة طردية موجبة بين درجة تركيز وسائل الإعلام على قضية من القضايا، وبين درجة اهتمام الجماهير بتلك القضية؛ بمعنى كلما زاد تركيز وسائل الإعلام على تلك القضية، زاد اهتمام المتلقين بها والعكس صحيح.[27]

بناءً على ما تقدّم، تهتم بحوث (ترتيب الأولويات) في وسائل الإعلام، أو ما يُعرف بنظرية (وضع الأجندة)، بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير، التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، التي تهم المُجتمع.[28]

أصول النظرية

ترجع الأصول النظرية لبحوث ترتيب الأولويات إلى ما كتبه (ولتر ليبمان) Walter Lippmann عام 1922، حول "دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي، والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث"، في كتابه الرأي العام، الذي جاء فيه: (أن وسائل الإعلام تُساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي كثير من الأحيان تُقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام، من خلال تقديم القضايا التي تُهم المُجتمع).[29]

([26]) الدليمي، 2016، مرجع سابق، ص128.
([27]) المرجع السابق، ص187.
([28]) مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى، **نظريات الاتصال المعاصرة**، ط.8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.2009، ص288.
([29]) مزاهرة، 2012، مرجع سابق، ص327.

فرضية النظرية

انطلقت نظرية ترتيب الأولويات من فرضية رئيسة مؤداها: ((أن وسائل الإعلام لا تستطيع تغطية جميع الموضوعات، والقضايا، والأحداث، التي تقع في المُجتمع؛ لذا يختار القائمون على هذه الوسائل، بعض الموضوعات والقضايا التي يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم في طبيعتها ومحتواها؛ فتُثير هذه الموضوعات اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها، ويفكرون فيها، ويقلقون بشأنها، وبالتالي تُمثّل هذه الموضوعات لدى الجماهير، أهميّة أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى، التي لا تطرحها وسائل الإعلام)).[30]

وبعبارات أخرى، ترى النظرية أن وسائل الإعلام قادرة على التأثير في الجمهور، من خلال تركيزها على قضايا مُعيّنة، تطرحها على (جدول تفكير) المُتلقين لرسائل الإعلام؛ ليتخذوا مواقف منها، تتأثر بحسب طرح الإعلام نفسه لها، في حين أن تجاهل وسائل الإعلام لبعض القضايا الأخرى، وعدم تسليط الأضواء الكافية عليها، يُبعد المُتلقين عن الاهتمام بها.[31]

المفاهيم الأساسية للنظرية

تقوم نظرية ترتيب الأولويات أو (وضع الأجندة) على عدد من المفاهيم، من أبرزها:

(1) إن وسائل الإعلام قد لا تنجح كل الوقت في تعريف الناس (كيف يفكرون)، ولكنها تنجح بكفاءة في تعريف الناس (فيم يفكرون).[32]

(2) إن الفرد الذي يُعرّض نفسه لأجندة وسيلة إعلامية مُعيّنة، سوف يُكيّف أو يتكيّف إدراكه للأهميّة المنسوبة للقضايا المعروضة، في اتجاه يتفق وحجم الاهتمام الممنوح لهذه القضايا في الوسيلة المُستخدمة؛ أي أن هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات مُعيّنة، وتركيز أو بروز الموضوعات نفسها لدى الجمهور المُتلقي، ويمكن صياغة هذه العلاقة في شكل سببي يتمثّل في زيادة التركيز على موضوع مُعيّن أو قضية مُعيّنة؛ بسبب زيادة بروز هذا الموضوع أو تلك القضية عند الجمهور المُتلقي.[33]

(3) إن المنظور الأوسع لترتيب الأولويات، لا يقف عند حدود التغطية لقضية ما أو قضايا مُعيّنة، ولكن يتعدى ذلك إلى ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، كسلسلة أو مجموعة من القيم الاجتماعية، التي تُضفي عليها الوسيلة الإعلاميّة صفة الشرعية عبر فترة زمنية مُعيّنة، وتقوم الوسيلة الإعلاميّة بوظيفة جديدة لكل قضية تحتل مكاناً في أولويات اهتماماتها؛ حيث تقدم الآراء والأفكار بشكل مُتناغم، وتبتعد عن الآراء والأفكار

([30]) مكاوي، وحسن، 2009، مرجع سابق، ص288.

([31]) الموسى، عصام، **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط.6، عمّان: إثراء للنشر والتوزيع. 2009، ص203.

([32]) Weaver, D., McCombs, M. & Spellman, C. **"Watergate and the Media. A case study of agenda-setting"**, ***American Politics Quarterly***, Vol.3, 1975, p.461.

([33]) Iyengar, S. **"Television News and Issue Salience A Reexamination of the Agenda-Setting Hypothesis"**, ***American political quarterly***, Vol.7, Issue 4 1979, P.396.

المُتنافسة، كما تعرض القضية في منظومة مُتماسكة من المعلومات والحقائق؛ مما يؤدي إلى تكوين صورة ذهنية موضوعية لدى الجمهور المُتلقي عن هذه القضية.[34]

تعريف عملية وضع الأجندة وفق نظرية ترتيب الأولويات

اجتهد بعض الباحثين في صياغة تعريف لعملية وضع لأجندة؛ إذ عرّفها كل من Iyengar & Simon على أنها: (قُدرة المواد الإخبارية، التي تبثها وسائل الإعلام المُختلفة، على معرفة وتحديد القضايا المُهمّة، خلال فترة زمنية مُعيّنة.[35]

في حين ذكر (دينيس ماكويل) Denis Mcquail بأنها: (تلك العملية التي تؤثّر من خلالها وسائل الإعلام (سواء بصورة مقصودة أم غير مقصودة) في جمهورها، من خلال ما تعرضه له من قضايا أو أحداث إخبارية، وبروزها ضمن مضامينها المُختلفة، وهو ما يفترض أن تزايد اهتمام الوسائل الإعلاميّة بتلك القضايا والأحداث، يجعلها مُهمّة وبالتالي تتزايد أهميّتها لدى هذا الجمهور.[36]

من جانبه، قدّم أحمد زكريا أحمد تعريفاً أوسع لوضع الأجندة، جاء على النحو الآتي: (عبارة عن عملية اتصال جماهيري، يتفاعل أطرافها من خلال سياق مُجتمعي مُعيّن؛ بهدف وضع ترتيب لأولويات الاهتمام بقضايا وأحداث مُعيّنة، أو بأفكار، أو بشخصيات ما، أو بقيم اجتماعية... أو بغيرها من الأشياء، التي يتوافر لها عنصر البروز من خلال وسائل الإعلام). [37]

وبوجه عام، تدور نظرية ترتيب الأولويات حول ثلاث أجندات، هي:[38]

1- الأجندة الإعلاميّة: جدول الأعمال اليومي لوسائل الإعلام، والذي يُقرر أيّ المواضيع التي ستحظى بتغطية إعلامية؛ بمعنى المواضيع التي سيتم التشديد والتركيز عليها في وسائل الإعلام، وأيّ المواضيع التي سيتم بالمُقابل تجاهلها من قبل الوسائل الإعلاميّة.

2- الأجندة السياسيّة: جدول الأعمال على المستوى السياسي، الذي يُقرر المواضيع التي يتناولها السياسيون، والتي تتوافق مع الحاجات والاحتياجات الوطنية الواسعة، أو مع مصالح ضيقة.

3- الأجندة الجماهيريّة: المواضيع التي يتحدث بها الناس فيما بينهم.

([34]) البشر، محمد بن سعود، (1997). **مقدمة الاتصال السياسي**، ط.1، الرياض: مكتبة العبيكان، 1997، ص70.

([35]) Iyengar, S. & Simon, A. **"News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing"**, ***Communication Research***, Vol.20, No.3,1993, p.366.

([36]) McQuail, D. **McQuail's Mass Communication Theory**, 6th edition, London: SAGE publications, 2010, p.548.

([37]) أحمد، زكريا أحمد، **نظريات الاتصال: مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام جمهورها**، ط.1، القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، 2012، ص14.

[38]() الدليمي، 2016، مرجع سابق، ص189.

مراحل عملية وضع الأجندة

أشار الباحثان Kurt Lang & Gladys Engel Lang، إلى أن عملية وضع الأجندة تمر في ست مراحل مُتتابعة، هي[39] [40]

1- إلقاء الضوء على بعض القضايا والأحداث وإبرازها.

2- التغطية المُكثّفة لهذه القضايا؛ بما يوحي بالأهميّة وجذب الانتباه إليها .

3- وضع القضايا أو الأحداث (محور الإبراز) ضمن إطار يُضفي عليها المعنى ويُسهّل فهمها وإدراكها.

4- استخدام اللغة بما يُفسّر الأحداث، ويؤثّر على مُدركات الجمهور لأهميّة القضايا المُثارة.

5- الربط بين الوقائع والأحداث والقضايا، التي أصبحت (في بؤرة الاهتمام)، وبين بعض الرموز الثانوية التي يسهل التعرّف عليها.

6- الاعتماد على أفراد ذوي مصداقية؛ لتعزيز الرأي حول القضايا محور الاهتمام.

من ناحية أخرى، يُمكن الاستدلال على المواضيع المُهمّة في وسائل الإعلام من خلال الاعتبارات الآتية:[41]

أ. الموضوع الذي تمت تغطيته أكثر من مرة في وسائل الإعلام.

ب. موقع ومكان النشر؛ فالموضوع الذي يُنشر على الصفحات الأولي في الجريدة أو في بداية نشرة الأخبار، يُعتبر موضوعاً مُهمّاً بنظر الجمهور.

ج. حجم التغطية؛ أي المساحة والزمن المخصصين لنشر الموضوع .

د. مدى الصراع في التغطية .

ه. وتيرة التغطية.

دور صحافة الطفل في ترتيب أولويات جمهورها من الأطفال

في ضوء العرض السابق لنظرية ترتيب الأولويات أو (وضع الأجندة)، تتضح إمكانية تطبيقها على صحافة الطفل على النحو الآتي :

إن كانت وسائل الإعلام هي التي تضع أجندة الجمهور؛ فإن الواقع الثقافي والاجتماعي الذي يعيشه المُجتمع، يُعدّ أحد أهم المصادر لترتيب أجندة وسائل الإعلام.

من جهة أخرى، ترتبط القيم الوطنية التي تعتنقها كل دولة، بمحتوى ما تنشره الصحافة، كما أن النُظم السياسية هي التي تُقرر القيم والمعايير التي تخدمها.

---

(39) Severin, W. J. & Tankard, J. W. **Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media**, 5th.edition, New York: Addison Wesley Longman., 2001, P.223.

(40) أحمد، 2012، مرجع سابق، ص55 – ص56.

(41) الدليمي، 2016، مرجع سابق، ص190..

وبالتطبيق على صحافة الطفل، نجد أنها تتأثر بالواقع الاجتماعي الذي تصدر فيه، بما يجعلها تعكس أولويات هذا المُجتمع؛ بمعنى أن صحافة الطفل تشتق أجندتها من واقع مُجتمعها، من ثم تُقدم محتوى هذا الواقع على صفحاتها.[42]

ومن المعروف أنّ الأولويات - بما فيها القيم- التي تُقدّمها صحافة الطفل، تختلف من مُجتمع لأخر ومن بيئة لأخرى؛ وذلك تبعاً لترتيب السلم القيمي وأولوياته في المُجتمع الذي تصدر فيه الصحيفة أو المجلة؛ فعلى سبيل المثال: تتأثر صحافة الطفل الصادرة في المُجتمعات الرأسمالية بالقيم الاقتصادية السائدة هناك، لتظهر على صفحاتها قيمة الملكية الفردية بدرجة كبيرة، وذلك على العكس تماماً من المُجتمعات الاشتراكية، التي تبرز فيها قيم الملكية العامة. كما يختلف ترتيب أولويات صحافة الطفل في المُجتمعات الديمقراطية، التي تشيع فيها قيم الحرية والمساواة، عن المُجتمعات الاستبدادية، التي تحتل فيها قيم الحرية المرتبة الأخيرة.[43]

من ناحية أخرى، تهتم صحافة الطفل – شأنها في ذلك شأن الصحافة عموماً- بعناصر الإبراز المُختلفة، من حيث الموضوع، والشكل، والتكرار، والمساحة؛ لتشكيل أجندة قرائها الأطفال.

في ضوء العرض السابق، استعانت الدراسة بنظرية ترتيب الأولويات أو (وضع الأجندة)، في تبيان دور مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»؛ في ترتيب أولويات قرائها الأطفال، تبعاً لترتيب سلم أولويات المُجتمع الأردني وقيمه، وذلك من خلال تحليل مضامين الموضوعات التي تم نشرها في المجلة، ورصد أهم المعارف، والحقائق، والمعلومات، والقيم المُتضمّنة فيها، والتي تُسهم بدورها في إدراك الأطفال الأردنيين لما يدور في مُجتمعهم والعالم من حولهم، إلى جانب ربطهم بثقافتهم العربية وحضارتهم الإسلامية.

❸ نظرية تحليل الأطر الإعلاميّة

تُعدّ نظرية تحليل الأطر الإعلاميّة، إحدى النظريات التي تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني أو (غير الصريح) للرسائل الإعلاميّة، التي تعكسها وسائل الإعلام خلال فترة زمنية مُعيّنة. وترجع أهميّة هذه النظرية، إلى أنها تُقدّم تفسيراً عملياً ومُنتظماً، لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.[44]

---

(42) علي، 2006، مرجع سابق، ص 70.
(43) المرجع السابق نفسه.
(44) مكاوي، والسيد، 2009، مرجع سابق، ص348.

فرضية النظرية

قامت نظرية تحليل الأطر الإعلاميّة على أساس فرضية رئيسة مفادها: ((أن أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها، إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية مُحددة، وهذه الأطر تُنظّم الألفاظ والنصوص والمعاني، وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة)).[45]

ويوفّر تأطير الرسائل الإعلاميّة القدرة على قياس محتوى هذه الرسائل، ويُفسّر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات المُختلفة؛ أي أن هذه النظرية ما هي إلا بناء مُحدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام، لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما؛ فهي إذن عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يُعيد تنظيم الرسالة، حتى تصب في خانة إدراكات الناس ومؤثراتهم الاقناعية.[46]

تعريف الإطار الإعلامي

عرّف (انتمان) Entman الإطار الإعلامي بأنه: "الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص؛ لبناء حجة أو برهان على المشكلات، ومسبباتها، وتقويمها، وحلولها".[47]

فيما يرى آخرون أنه: "الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث، والموضوعات، والشخصيات، والقضايا المُختلفة، وتأثيراتها في الجمهور".[48] وبأنه: "الفكرة المركزية التي تُكسب الحدث معناه، وتُحدد موضوع الجدل أو الخلاف، وجوهر القضية".[49]

وظائف الأطر الإعلاميّة

حدّد Entman أربع وظائف رئيسة للأطر الإعلاميّة، هي:[50]

1. تعريف المُشكلات، وتحديد الأسباب الكامنة وراءها، وحجم المكاسب والخسائر، ويُقاس ذلك من خلال القيم الثقافية العامة.
2. تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة التي سببت المشكلة.
3. تُشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية لتلك العوامل السببية وتأثيراتها.
4. تقترح الأطر الإعلاميّة حلولاً للقضية وتُحاول علاجها.

---

[45] الدليمي، 2016، مرجع سابق، ص202.
[46] المرجع السابق نفسه.
[47] Entman, R. M."**Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm"**, ***Journal of Communication***, Vol.43, Issue.4, 1993, p.53.
[48] أحمد، 2012، مرجع سابق، ص219.
[49] Gamson, W. A. & Modigliani, A. "**The Changing Culture of Affirmative Action**", ***Research in Political Sociology***, Vol. 3, 1987, P.143.
[50] Entman, 1993, previous reference, p.52.

آليّات التأطير الإعلامي

يقوم الإطار الإعلامي ببناء الواقع الاجتماعي، من خلال التركيز على بعض جوانب الحدث أو إغفالها، ويُمكن تلخيص آليّات التأطير الإعلامي ببعدين رئيسين، هما:[51] [52]

(1) البعد الشكلي: ويتمثّل في موقع التغطية، وحجمها، ومدى استخدام عناصر تيبوغرافية مُعيّنة؛ كالصور والعناوين وغيرها.

(2) البعد المضموني: يتعلّق بالمحتوى؛ كالاستعارات، والتلميحات، وربط أُطر التغطية بنماذج سابقة، ونوعيّة الموضوعات الرئيسية والفرعية وغيرها .

وتتفق الأدبيّات على عدد من الآليّات المُستخدمة في وضع الأطر الإعلاميّة، من أبرزها:[53]

أ. الانتقاء: أي اختيار بعض الجوانب وفق معايير مهنية، وذاتية، ومؤسسية، وثقافية، يقوم بها القائم بالاتصال أو الوسيلة الإعلاميّة، عند تغطية حدث، أو قضية، أو شخصية ما .

ب. البروز: أي التركيز على جوانب وزوايا مُعيّنة وتكرارها وربطها برموز ثقافية شائعة .

ج. الاستبعاد: أي إغفال بعض الجوانب والمعلومات، سواء عن عمد أو عن غير عمد، ويُمثّل الاستبعاد الوجه المُقابل لآليّة الانتقائية.

د. التلميحات الاجتماعية: أي الرموز والمعاني السائدة في المُجتمع، والتي نعيش أسرى لها في حياتنا اليومية، وتستخدمها وسائل الإعلام لنشر الأفكار والآراء المُستهدفة وتعزيزها.

أدوات تشكيل الأطر الإعلاميّة

حدد كل من (جامسون) Gamson و(لاش) Lasch عام 1980، العديد من أدوات التشكيل العاطفية والعقلانية، التي يُمكنها أن تعمل معاً أو بصورة مُنفردة في تشكيلها للأطر، وتتمثل الأدوات العاطفية في: استخدام الاستعارات، والشعارات، والعبارات الجذابة، والأمثلة، والوصف، والصور البصرية (المرئية). في حين تُركّز الأدوات العقلانية على: استخدام الجذور، والعواقب، والعودة للمبادئ، التي يتم من خلالها تقديم تفسيرات أو أسباباً للقضية.[54]

---

[51]() الدليمي، 2016، مرجع سابق، ص203.
[52]() احمد، 2012، مرجع سابق، ص243.
([53]) أحمد، 2012، المرجع السابق، ص243 – ص 252.
([54]) Gamson, W. A. & Lasch, K. E. "**The Political Culture of Social Welfare Policy**", CRSO Working Paper No.221, Michigan: Center for Research on Social Organization University of Michigan.1980, p.4

فيما أشار Entman عام 1991، إلى أن تشكيل الأطر الإعلاميّة يتم من خلال: الكلمات الرئيسة، والوصف المجازي، والمفاهيم، والرموز، والصور البصرية (المرئية)، التي يتم التركيز عليها؛ فمن خلال التكرار والتدعيم لكلمات وصور مُعيّنة، يتم إبراز أفكار مُعيّنة واستبعاد أفكار أخرى.[55]

وفي عام 2002، أضاف (ديبورا ستون) Deborah Stone لهذه القائمة الصور البلاغية والأرقام؛ إذ إن الصور البلاغية عبارة عن (أداة لغوية يتم من خلالها تمثيل الكل في أحد أجزائه)، والأرقام عبارة عن "طريقة لوصف الظواهر أو الأحداث بواسطة القياسات"، ويتمثّل الأسلوب المُفضّل في استخدام أرقام كبيرة جداً أو صغيرة جداً؛ بهدف إيضاح الفكرة وتمثيلها.[56] .وتجدر الإشارة هنا، إلى أن عملية وضع الأطر الإعلاميّة، لا تتم عبر تشكيل الإطار بشكل مُتعمّد فقط، بل يتحقق بالحذف والتجاهل والإغفال المقصود وربما غير المقصود .

التأطير الإعلامي في صحافة الطفل

تُعدّ نظرية تحليل الأطر الإعلاميّة مدخلاً مُناسباً لدراسة التناول الصحفي للقضايا والموضوعات، التي يهتم بها جمهور الأطفال على اختلاف طبيعة مضامينها؛ إذ يُمكن النظر إلى الإطار الخاص بالنص الصحفي الموجّه للطفل من خلال عناصره البنائية، والتي تتكون من: الأشكال والفنون التحريرية المنوعة، والعناوين الرئيسة والفرعية، واختيار المصدر، واستخدام الصور والتعليق عليه، والرسوم، والألوان، والإطارات، إضافة إلى حجم التغطية ومساحتها، وكلمات التدّعيم، والتكرار، والمستوى اللغوي المُستخدم، وغيرها من العناصر البنائية الأخرى، التي يُمكن النفاذ من خلالها، إلى المحتوى الضمني للنص ودلالته؛ الأمر الذي تتكامل معه الرؤية التحليلية تجاه القضايا والموضوعات المُقدّمة، باختلاف أنواعها ودرجة أهميّتها.

وفي هذه الدراسة، تم تطبيق نظرية تحليل الأطر الإعلاميّة، في تحديد أهم الأدوات التي استخدمها القائمون على إصدار مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، في تنظيم مضامينها ورسائلها الإعلاميّة في أطر مُحددة، تؤثّر على إدراك الأطفال الأردنيين للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه. وقد أطلقت الدراسة على هذه الأدوات اسم (وسائل الإبراز المُستخدمة)، مُشتملة على: الأشكال والفنون التحريرية، ومواقع المواد التحريرية، والمساحة التي شغلتها المواد التحريرية، والعناوين، والألوان، والإطارات، والصور الفوتوغرافية، والرسوم.

([55]) Entman, R. M. **"Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents"**, ***Journal of Communication***. Vol.41, Issue.4, 1991, p.7

([56]) Baysha, O. & Hallahan, K. **"Media framing of the Ukrainian political crisis, 2000–2001"**, ***Journalism Studies***, Vol.5, Issue 2, 2004, p.235

المبحث الثاني: الأدب النظري

مفهوم مجلة الطفل

تُمثّل مجلة الطفل بمفهومها البسيط، مطبوعة دورية تُقدّم للطفل مختلف الفنون والآداب والمعلومات، وهي وسط ما بين الكتاب والصحيفة، تتوجّه للأطفال ويحررها الكبار، وتأخذ من الكتاب عُمقه وميزاته، ومن الصحيفة دوريتها وشكلها، وتمتاز بالرسوم والألوان؛ ما يُعطيها منظراً جذاباً مُحبباً لدى الطفل. وتمتاز مجلات الأطفال بأنها وسيلة للاتصال ما بين الأطفال والمجلة، عن طريق استقبال رسائلهم، ونشر صورهم، والإجابة عن استفساراتهم، ونشر رسومهم؛ مما يجعل منها وسيلة مُهمة للاتصال مع الطفل، أو إيجاد الروابط القوية معه.[57]

وتُعرّف مجلة الطفل اصطلاحاً بأنها: "مطبوع دوري أسبوعي أو نصف شهري أو شهري، داخل غلاف، يُقدّم للطفل الفنون والآداب والمعارف والعلوم المُختلفة، ويُحيطه علماً بالقضايا والأحداث، التي تجعله على صلة وثيقة بما يجري في وطنه والعالم، بأسلوب صحفي أو أدبي أو فني، بما يتناسب مع قدراته العقلية والفكرية، ويكتبها كتّاب متخصصون في مجالات أدب الأطفال والتربية وعلم النفس، كل ذلك من خلال الالتزام بالقيم والأعراف".[58]

وإن كانت مجلات الأطفال تُمثّل نوعاً مستقلاً من المجلات، إلا أنها تندرج في النهاية تحت مسمّى المجلات المتخصصة، وذلك من حيث نوعيّة الجمهور الذي تُخاطبه وتتوجّه إليه.

المادة الصحفية المُقدّمة في مجلات الأطفال

يتوقّف نجاح المادة الصحفية الموجّهة للأطفال في مجلاتهم، على مدى توافر القدرة على إعدادها وتحويلها إلى موضوعات نابضة بالحياة والجاذبية، ثم التحوّل بها إلى لوحة فنية، ذات جمال ومعنى تُناسب استعدادات الأطفال، وتُيسّر لهم القراءة، وتُنمّي قابليتهم على التذوق الفني، وتُساعدهم على تكّوين صورة ذهنية إيجابية، على أن يتم اختيار المادة الصحفية وإخراجها، وفقاً للمعايير الفنية والسيكولوجية والفسيولوجية المُناسبة للطفل.[59]

ولكي تُحقق هذه المادة فاعليتها، يجب أن تكون هذه المادة شاملة ومتنوّعة الأغراض والأهداف، وتنطوي على العديد من الألوان الصحفية والأدبية، كالقصة، والمقالة، والتحقيق، والحديث، والصور والرسوم المُعبّرة، دون إقحام هذه المادة بطريقة مُنفّرة، أو بأسلوب جامد غير مُناسب لطبيعة الطفل، وتكوينه الفسيولوجي والسيكولوجي وخبراته المُكتسبة.[60]

---

[57]() ملص، سحر، **"دراسة حول حاجات مجلات الأطفال في الأردن"**، في صالح، منير (محررة)، **راهن أدب الأطفال في الأردن**، ط.1، عمّان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2011، ص.187

([58]) عليان، ربحي مصطفى، **أدب الأطفال**، ط.1، عمّان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، 2014، ص.244

([59]) الأغا، صهيب كمال، **"رؤية مقترحة لإعلام الطفل الفلسطيني كمدخل لعملية الضبط الاجتماعي وقبول الآخر"**، *المنتدى التربوي العالمي في فلسطين، للفترة من 28 – 31 تشرين الأول/ أكتوبر 2010*، رام الله، دولة فلسطين، 2010، ص.12

([60]) المرجع السابق نفسه.

وفي الوقت ذاته، يجب أن تراعي المادة مرحلة الطفولة الموجّهة إليها، وما يتبعها من خصائص في النمو الجسدي والعقلي والانفعالي، وان تُراعي قاموس الأطفال اللغوي في كل مرحلة، من حيث المُفردات، والألفاظ، والتراكيب، والمعاني، والمفاهيم، والسُهولة في القراءة والفهم، وكذلك مُراعاة قاموسهم المعرفي؛ فتُقدّم موضوعات تهم الأطفال، ويسهل عليهم التعرّف إليها، والاستفادة منها، إلى جانب مُراعاة خبراتهم في كل مرحلة؛ فإعطاء الأطفال مواد أقل من خبراتهم الحياتية أو أكثر منها، قد يُلحق الضرر على عكس ما هو متوقع.[61]

كما يجب مراعاة التنويع المُستمر في المواد والموضوعات المُقدّمة، وفي الفنون والأساليب المُستخدمة في عرضها، بالإضافة إلى تعزيز هذه المواد بالصور والرسوم والألوان الزاهية والمُحببة إلى نفس الطفل، كل ذلك كي لا يشعر الطفل بالملل والنفور من قراءة ومُتابعة مجلته.[62]

من جهة ثانية، لا بد للمادة الصحفية الموجّهة إلى الطفل، أن تُشعره بالراحة والبهجة، وتحترم ذاته، وتُسلّحه بالقيم والأخلاق، التي تُساعده على مواجهة مُتطلبات حياته ومستقبله، على أن تحفل المعالجة الصحفية بالقصص التربوية، وتتجنب الخوض في الخرافات والميتافيزيقيا؛ كونها عسيرة الفهم على الأطفال لارتباطها بالأفكار المُجردة، وأن تتجنب القصص البوليسية المُترجمة، التي تُغرق أذهانهم بعالم مشحون بالعنف وأعمال القتل والجريمة وسفك الدماء.[63] ()

في ضوء ما تم الإشارة إليه، تستخلص الدراسة بعض الاعتبارات الواجب مراعاتها، عند اختيار وصياغة الموضوعات المُقدّمة في مجلات الأطفال، هي:

- اختيار الفكرة الجيدة القادرة على جذب الطفل القارئ.
- تحديد مجموعة الأفكار الرئيسة التي سيتناولها الموضوع.
- تحديد الجمهور المُستهدف من الموضوع.
- الاستعانة بالمصادر ذات الصلة بالموضوع.
- تحديد الأسلوب المُناسب لتناول وصياغة الموضوع.
- اختيار الألفاظ السهلة والعبارات الواضحة التي توضّح المعنى للطفل دونما تعقيد أو صعوبة.
- اختيار صور ورسوم مُناسبة للموضوع.
- تحديد الشكل العام للموضوع.
- تنفيذ الفكرة بشكل جيد.
- صياغة مُقدمة وخاتمة الموضوع بعناية.

---

[61]() أبو معال، عبد الفتاح، **أثر وسائل الإعلام على الطفل**، ط.1، عمّان: دار الشروق للنشر والتوزيع.1990، ص129.
([62]) المرجع السابق نفسه.
([63]) إسماعيل، محمود حسن، **الإعلام وثقافة الطفل**، ط.1، القاهرة: دار الفكر العربي، 2011-أ، ص.132.

مفهوم المعلومات

عرّف (معجم المُصطلحات الإعلاميّة) المعلومات على أنها: "البيانات المُصاغة بطريقة هادفة، لتكون أساساً لاتخاذ القرار". وبأنها: "مجموعة المفاهيم، والمُفردات، والحقائق، والبيانات، والآراء، التي تُشكّل تفسيراً أو توضيحاً، لظاهرة مُعيّنة، أو واقعة، أو موضوع ما؛ لتعريف الإنسان بها، وتنمية قابليته وقدراته، وتمكينه من إنجاز عمل أو اتخاذ قرار".(64)

خصائص المعلومات

تتميز المعلومات بمجموعة الخصائص، من أبرزها:(65) (66)

1. **الدقة:** بمعنى خلو المعلومات من الأخطاء، إضافة إلى صدقها وصحتها، وتطابقها مع معطيات الواقع شكلاً ومضموناً.

2. **التوقيت:** بمعنى مراعاة توفير المعلومات الدقيقة، بالسرعة المُناسبة، وبالزمن المُناسب لاستخدامات المُستفيدين؛ إذ لا قيمة للمعلومات في غير وقتها المُناسب .

3. **الوضوح:** أي أن تكون واضحة وخالية من التعقيد أو الغموض، ومُتسقة فيما بينها دون تعارض أو تناقض، مع مراعاة عرضها بشكل مُناسب لاحتياجات المُستفيدين.

4. **الواقعية:** بمعنى ارتباط المعلومات بالواقع وباحتياجات المستفيدين.

5. **المرونة:** بمعنى قابليتها لتلبية الاحتياجات المُختلفة لكافة المُستفيدين.

6. **الموضوعية:** بمعنى إعداد المعلومات بشكل مُحايد بعيداً عن أي تحيز، خاصة وأن تغيير محتوى المعلومات قد يؤثّر سلباً على المُستفيدين .

7. **صدق التعبير:** أي أن تُعبّر بشكل صادق عن مضمونها.

8. **الشمول:** أي قدرة المعلومات على إعطاء صورة كاملة عن المشكلة، أو عن الحقائق الظاهرة.

9. **إمكانيّة الوصول إليها:** أي سهولة وسرعة الحصول على المعلومات.

10. **قابليّة المُراجعة والتحقق:** أي توفر المستندات الدالة على دقة المعلومات، وبالتالي سهولة الرجوع إليها عند الحاجة.

(64) الفار، محمد جمال، **معجم المصطلحات الإعلاميّة: أول معجم شامل فى كل المصطلحات الإعلاميّة المتداولة فى العالم و تعريفاتها**، عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع.2014، ص316 – ص317.

(65) أبو سنة، نورة حمدي محمد، **"دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة: مصر، 2004، ص88 – ص89.

66() سراج، عبد الله، حمود، **"أهميّة خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة"**، ***مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير***، ع4،2005، ص132 – ص133.

المعلومات في صحافة الطفل

نظراً لأهميّة المعلومات بالنسبة للأطفال، فقد نصت المادة (13) من الاتفاقية الدولية لحقوق الطفل الصادرة عن الجمعية العامة للأمم المُتحدة في 20 تشرين الثاني/نوفمبر عام 1989 بأن: "يكون للطفل الحق في حرية التعبير، ويشمل هذا الحق حرية طلب جميع أنواع المعلومات والأفكار وتلقيها وإذاعتها، دون أي اعتبار للحدود، سواء بالقول أو الكتابة أو الطباعة، أو الفن، أو بأية وسيلة أخرى يختارها الطفل".[67]

وبحسب ما توصلت له نتائج دراسة الطرابيشي (2001) [68]، فإن لمجلات الأطفال، دور مهّم في تقديم المعلومات التي يحتاجها الطفل، وتُساعده على تنمية وزيادة معارفه، وتُتيح له فرص التعرّف على ما يدور في العالم من حوله. فيما أشارت نتائج دراسة Cobb (1986) [69]، إلى أن (80%) من المُراهقين الأمريكيين، يؤكدون على ضرورة توفر الصُحف في المنزل يومياً، باعتبارها مصدراً للمعلومات، يستطيعون اللجوء إليه في أي وقت.

وبالنظر إلى نوعيّة المعلومات المُقدّمة في صحافة الطفل، نجد أنها تتضمن القصص إلى جانب مواد تحريرية أخرى، يتفنن المتخصصون في أساليب عرضها؛ لتكون أكثر تشويقاً بما تحتويه من معلومات علمية مُبسّطة، ومعلومات تاريخية مُناسبة، إضافة إلى التراث بما يحفل به من شخصيات خالدة. كما تتضمن الشعر السهل، والأناشيد، والأحداث الجارية، والموضوعات المُتعلقة بالبيئة، والأنشطة الرياضية، والاجتماعية، والفنية، والمُناسبات الوطنية والدينية، فضلاً عن الطرائف، والفكاهات، وأبواب التسلية، والمُسابقات، والألعاب، والأحاجي والألغاز.

وبصورة عامة، إذا كانت صحافة الكبار تستهدف التعبير عن قيم المُجتمع، وعن أراء الجماهير، والقيام بدور إعلامي مُتميز، يتمثّل بربط القراء بالأحداث المحليّة والعالمية، إلى جانب دورها التثقيفي والتوجيهي؛ فإن صحافة الطفل تقوم بدور مُشابه إلى حد كبير، وإن كانت تُركز في مُعظم موضوعاتها على دنيا الأطفال، وتتخذ منها مُنطلقاً لتحقيق أهدافها. ورغم أن صحافة الطفل قد تكون أكثر التصاقاً بالبيئة التي يعيش فيها الأطفال الذين تصدر لهم الصحيفة، إلا أنها لا تتجاهل تعريفهم ببعض البيئات في العالم الخارجي.

(67) الموقع الرسمي لمنظمة اليونيسيف على الإنترنت، تم استرجاعه بتاريخ: 2015/4/4.

(68) الطرابيشي، مرفت محمد كامل، **"دور مجلات الأطفال في دعم الحقوق الاتصالية للطفل المصر: دراسة تحليلية وميدانية بالتطبيق على مجلة علاء الدين"**، المؤتمر العلمي السابع لكلية الإعلام/ جامعة القاهر، للفترة 2 – 3 أيار/ مايو 2001، بعنوان: ***"الإعلام وحقوق الطفل العربي"***، القاهرة، جمهورية مصر العربية2001، ص251.

(69) Cobb, C. J. (1986). **"Patterns of Newspaper Readership among Teenagers"**, ***Communication Research***, Vol.13, Issue.2, 1986, p.322

مفهوم القيم

تُعدّ القيم الشخصية من الموضوعات المُهمة في حياة الأفراد الخاصة والعملية؛ فهي تُمثّل إحدى المكونات الأساسية لهذه الشخصية، كما أنها تؤثر في سلوك الأفراد واتجاهاتهم وعلاقاتهم داخل المُنظمات وخارجها؛ لذا شغل مفهوم القيم اهتمام الكثير من الباحثين والدارسين في مجالات وتخصصات مُختلفة؛ كالفلسفة، والتربية، والاقتصاد، وعلم الاجتماع، وعلم النفس، والأنثروبولوجيا، وغير ذلك من المجالات؛ الأمر الذي ترتب عليه، نوع من الخلط والغموض في استخدام المفهوم من تخصص لآخر، بل إنه بات يُستخدم استخدامات مُتعددة داخل التخصص الواحد.[70] [71]

تُشير لفظة القيمة من الناحية اللغوية إلى: "الاستقامة، والاعتدال، والتوجه إلى الغايات دون ميل، وإتباع المنهج الحق".[72] ولا يخرج المعنى الاصطلاحي للقيمة عن معناها اللغوي؛ فهي عند (روكيش) Rokeach عبارة عن: "اعتقاد دائم بأن نمطاً مُعيّناً من التصرفات والغايات القائمة، تُعدّ (شخصياً واجتماعياً) مُفضّلة على نمط آخر من الأفعال والنواتج القائمة".[73] بينما تُمثّل عند (وايت) White "هدف أو معيار حكم، يكون بالنسبة لثقافة مُعيّنة شيئاً مرغوباً، أو غير مرغوباً لذاته".[74] وعند (ليبيت) Lippitt هي: "معيار للحُكم، يستخدمه الفرد والجماعة من بين عدة بدائل، في مواقف تتطلب قراراً ما أو سلوكاً مُعيّناً".[75]

أهميّة القيم

للقيم أهميّتها في حياة المُجتمع؛ فهي تمتد لتمس العلاقات الإنسانية بكافة صورها؛ فتعمل على تحديد طبيعة علاقات الناس ببعضهم ببعض، كما أنها معايير وأهداف، لابد من وجودها في كل مُجتمع يريد لتنظيماته الاجتماعية الاستمرارية في أداء وظيفتها، لتحقيق أهداف الجماعة.[76]

ويعتمد المُجتمع في تكامل بيئته الاجتماعية على القيم المشتركة بين أعضائه، والتي كلما اتسع مداها بينهم، ازدادت وحدة مُجتمعهم قوة وتماسكًا، في حين تضعف تلك الوحدة كلما انحسر مدى تلك القيم بينهم؛ إذ يؤدي التنافر

([70]) خليفة، عبد اللطيف محمد، **ارتقاء القيم: دراسة نفسية، سلسلة عالم المعرفة**، ع.160، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.1992، ص30..

[71]() الدليمي، عبد الرزاق محمد، **الخبر في وسائل الإعلام**، ط.1، عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.2012، ص35..

([72]) حلاوة، محمد السيد، **الأدب القصصي للطفل: منظور اجتماعي نفسي**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2011، ص.151

[73]() نقلاً عن البطش، محمد وليد، وعبد الرحمن، هاني، **"البناء القيمي لدى طلبة الجامعة الأردنية"**. ***مجلة دراسات، السلسلة (أ): العلوم الإنسانية***، مج.17، ع.3، 1990، ص.93.

([74]) نقلاً عن كنعان، أحمد علي، **أدب الأطفال والقيم التربوية: دراسة تتضمن مفهوم الطفولة ونموها وحاجاتها وثقافتها وارتقاء القيم التربوية فيها**، ط.1، دمشق: دار الفكر، 1995، ص.134

([75]) نقلاً عن همشري، عمر أحمد، **التنشئة الاجتماعية للطفل**، ط.1، عمّان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2003، ص.309.

([76]) سعيد، سحر رؤوف، **"المضامين التربوية السائدة فى مضامين ملصقات الأطفال العراقية"**، ***مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية***، مج.20، ع.2، 2012، ص.564.

والاختلاف في القيم، إلى صراع بين أعضاء ذلك المُجتمع، الذي غالباً ما يقود إلى تفككه، وإلى صعوبة الوصول إلى اتفاق في الأمور المُهمة.[77]

والطفل كوحدة بناء في النظام الاجتماعي، تُشكّل القيم أهميّة في حياته، تماماً كأهميّتها في حياة الجماعات من الأفراد؛ فالقيم بالنسبة للطفل، تُعدّ دوافع مُحركة لسلوكه ومُحددة لها، فضلاً عن دورها الفعال في تكامل شخصيته، ذلك التكامل الذي يعتمد بدرجة كبيرة على اتساق نظام القيم لديه.[78]

خصائص القيم

رغم الاختلافات والآراء المُتعددة ووجهات النظر المُختلفة حول مفهوم القيم، إلا أن ثمة مجموعة من الخصائص تشترك فيها القيم، يُمكن تحديدها على الوجه الآتي:

أولاً: الذاتية: بمعنى أن القيم تتعلق بالطبيعة النفسية للفرد، وتشمل الرغبات والميول والعواطف.[79]

ثانياً: التلقائية: القيم ليست من صنع الأفراد، ولكنها من صُنع المُجتمع ووعيه الجمعي.[80]

ثالثاً: النسبية: تختلف القيم من شخص إلى آخر، ومن زمن إلى زمن، ومن مكان إلى مكان، ومن ثقافة إلى أخرى.[81]

رابعاً: الثبات النسبي: لو كانت القيم دائمة دواماً مُطلقاً، لأصبح التغيير على المستويين الاجتماعي والشخصي مُستحيلاً، وبالمثل لو كانت دائمة التغيير والتبديل، لتعذّر استمرار الشخصية الإنسانية والأنماط الثقافية والبناءات الاجتماعية، ولكن القيم تتميز بالاستمرار والتغير النسبي.[82]

خامساً: الأهميّة النسبية: تتدرج القيم داخل سلم للأهميّة، ويتحدد هذا السلم في ضوء خبرات الفرد والمُجتمع؛ لذا يخضع السلم القيمي للتغيير، كلما استجدت خبرات جديدة تستدعي إحداث هذا التغيير.[83]

سادساً: العمومية: أي أن القيم تسود بين كافة أفراد المُجتمع، إلا أن هناك تفاوتاً في ترتيب أهميّتها من فرد لآخر، وذلك وفقاً للظروف المُحيطة بالفرد، ووفقاً لنظرة الفرد العامة للحياة.[84]

سابعاً: التوارثية: تنتقل القيم من جيل لآخر عبر عملية التنشئة الاجتماعية؛ بما يُساعد الأجيال المُتلاحقة على الاستفادة منها في تنظيم واقعها الاجتماعي.[85]

---

(77) كنعان، أحمد علي، 1995، مرجع سابق، ص.132
(78) سعيد، سحر رؤوف، 2012، مرجع سابق، ص.564
(79) حلاوة، محمد السيد، 2011 مرجع سابق، ص.154.
(80) علي، أسامة عبد الرحيم، 2006، مرجع سابق، ص.26.
(81) همشري، عمر أحمد، 2003، مرجع سابق، ص.309
(82) علي، أسامة عبد الرحيم، 2006، مرجع سابق ص24 – ص25
(83) المرجع السابق، ص.25
(84) النقيب، إيمان العربي، **المسرح والقيم التربوية للطفل**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2011، ص.34.
(85) المرجع السابق ص.30.

عملية اكتساب الطفل للقيم

يرى كل من (كرتوال) Krathowhl و(بلوم) Bloom و(ماسيا) Masia، بأن عملية اكتساب القيم تحدث عبر خمس عمليات مُتسلسلة على نحو هرمي، هي:[86]

أولاً: مستوى استقبال القيم.

ثانياً: مستوى الاستجابة للقيم.

ثالثاً: مستوى تفضيل القيم.

رابعاً: مستوى تنظيم القيم.

خامساً: مستوى الوسم بالقيم، وهو المستوى الذي يتضّح باتفاق سلوك الفرد مع القيم التي تبناها ذاتياً.

في حين حدد آخرون، ثلاث مراحل لعملية اكتساب القيم، هي:[87]

- **مرحلة التقبّل:** وتتضمن الاعتقاد بأهميّة قيمة مُعيّنة، وهي أدنى درجات اليقين.
- **مرحلة التفضيل:** التي تعني تفضيل الفرد لقيمة مُعيّنة وإعطائها قيمة مُناسبة.
- **مرحلة الالتزام:** وهي أعلى درجات اليقين؛ حيث الشعور بأن الخروج عن قيمة مُعيّنة يُخالف المعايير السائدة.

دور مجلات الأطفال في إكساب القيم للطفل

تُعدّ مجلات الأطفال واحدة من الأدوات الفعّالة في عملية التنشئة الاجتماعية؛ فهي تعمل على إكساب الطفل القارئ مجموعة من: القيم، والاتجاهات، والأفكار، واللغة، وعناصر الثقافة والمعرفة؛ مما يُسهم في تكوينه على نحو يختلف تماماً عن الطفل غير القارئ. ويعود مصدر هذه الأهميّة، إلى أن المجلة تُعبّر عن حاجة الأطفال إلى الاستطلاع ورغبتهم في معرفة العالم المحيط بهم، كما تعكس أسلوب حياة الجماعة التي يُهيؤها الكبار لعالم الأطفال؛ لذا فهي ترمز إلى موقف أعضاء المُجتمع، من أساليب التنشئة الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها.

وتُسهم مجلات الأطفال بهذا الدور، باعتبارها إحدى الأدوات الثقافية والتربوية، والإعلاميّة والترفيهية، يملكها الطفل، وتُعبّر عن عصرها وزمانها، وتقوم بمهمة نقل القيم والمبادئ ومعايير السلوك وغرسها في نفس الطفل، وتدعيمها إيجابياً من خلال التعبير اللغوي والصور الذهنية، وتزود الطفل بالأفكار والقيم والفضائل التي تؤكدها له وتقنعه بها، من خلال قصصها وموضوعاتها وأبطالها، وتتميز أيضاً بقدرتها على تشكيل ذوق الطفل والإسهام في تكوين شخصيته، بل وتُعتبر مسؤولة إلى حد ما عن تحديد نوعيّة القراءات التي يختارها في المستقبل، وبالتالي يكون لها دور كبير في تحديد ملامح هذه الشخصية مستقبلاً.[88]

---

(86) كبارة، أسامة ظافر، **برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية للأطفال**، ط.1، بيروت: دار النهضة العربية، 2003، ص93.
(87) الخميسي، أحمد حسن، **"نظرات في غرس القيم: دراسة تربوية"**، ***مجلة الفيصل***، ع. 232، 1996، ص45 – ص46.
(88) عويس، محمد، **"دور صحافة الأطفال باعتبارها وسيلة إعلامية تربوية"**، ***المجلة العربية***، مج.22، ع.250، 1998، ص.56.

التجربة الأردنية في مجال إصدار مجلات الأطفال

تأخر ظهور الصحافة الموجّهة إلى الطفل في الأردن، سواء في مجال الصُحف أو المجلات أو الكتيبات، شأنه في ذلك شأن أغلب الدول العربية. ولعلّ السبب في ذلك التأخير يعود إلى تأخر النهضة الأدبية في هذه الدول، ولانشغالها بالسياسة وغيرها من الأمور التي تتصدر اهتمامات الأنظمة الحاكمة في البلدان العربية، إلى جانب الاضطراب وعدم الاستقرار الذي خلّفه الاستعمار، إضافة إلى ما تحتاجه هذه الصحافة من ملاكات مؤهلة وقادرة من ناحية فنية على الكتابة والإخراج، ومُلمّة بالمعرفة العلمية بطبيعة الأطفال وخصائصهم.(89) (90)

ويُمكن القول، أن عام 1979 الذي كُرّس كسنة دولية للطفل، قد أسهم إلى حد كبير في الاهتمام بصحافة الطفل وثقافته في الأردن، حيث بدأت المجلات والدوريات الثقافية تُعنى في هذا المجال، وذلك بتخصيص حيّزٍ من مساحتها لأدب الأطفال، مثلما حذت الصحافة الأردنية فيما بعد حذو هذه المجلات؛ إذ راحت تُفرد لثقافة الطفل حيزاً ما على صفحاتها ضمن اهتماماتها العامة الأخرى.(91)

والحقيقة أن المُتتبع لمسيرة مجلات الأطفال الأردنية، يلحظ ما تُعانيه هذه المجلات رغم حداثة نشأتها(92)، من تعثرٍ واضحٍ في الصدور، مُتمثّلاً بعدم انتظامها ومن توقّف إصدار معظمها، ويُعزى ذلك التعثر إلى أسباب وعوامل عديدة، من أبرزها:(93) (94) (95)

1. التكلفة المادية الباهظة التي يتطلبها إصدار مثل هذا النوع من المجلات.
2. ضعف التوزيع وتدني الإيرادات المادية للمجلة؛ مما يؤدي إلى تراكم الخسائر وتوقّف المجلات عن الصدور.
3. غياب السياسات والاستراتيجيات الثابتة، التي تهدف إلى إنشاء مجلات أطفال أردنية قوية، قابلة للصمود أمام الظروف والتحديات المُختلفة.
4. قلة الملاكات الفنية المحليّة المؤهلة في مجال كتابة وإخراج هذه النوعيّة من المجلات.
5. افتقار العاملين في مجلات الأطفال الأردنية إلى المعرفة والدراية التربوية، بما يُناسب الأطفال ومطالب صحافتهم.
6. افتقار مجلات الأطفال الأردنية إلى التجديد في الموضوعات المطروحة، وأساليب الإخراج المُستخدمة.

---

(89) الرماضنة، أمنة حسين، **مجلات الأطفال في الأردن : دراسة أدبية فنية**، ط.1، عمان: دار ابن بطوطة للنشر والتوزيع، 2014، ص67.
(90) هندي، صالح ذياب، **أثر وسائل الإعلام على الطفل**، ط.2، عمّان: دار الفكر للنشر والتوزيع، 1995، ص107.
(91) المصلح، أحمد، **"صحافة الأطفال في الأردن"**، مجلة رسالة المكتبة، مج.31، ع.2، 1996، ص37.
(92) تُعد مجلة "فارس" الصادرة في عمّان عام1971، هي أول مجلة أطفال أردنية.
(93) الرماضنة، أمنة حسين، 2014، مرجع سابق، ص70.
(94) عمرو، محمد جمال، **"أضواء على صحافة الطفل في الأردن: وسام، حاتم، وبراعم عمّان أنموذجاً"**، في الزعبي، باسم، وعمرو، محمد جمال، (محررين)، **أدب و مسرح الطفل في الأردن: أوراق ملتقيات عمّان الإبداعية**، ط.1، عمّان: منشورات اللجنة الوطنية العليا لإعلان عمّان عاصمة للثقافة العربية 2002، 2003، ص152 – ص153
(95) هندي، صالح ذياب، 1995، مرجع سابق، ص108.

7. عدم مقدرة مجلات الأطفال في الأردن على تلبية حاجات الطفل الأردني ومتطلبات بيئته المعاصرة بما فيها من مستجدات.

8. انعدام الحوافز للعمل في مجال صحافة الأطفال في الأردن، وبالتالي إحجام الكُتّاب والمؤلفين والفنيين عن هذا العمل.

9. ضعف الموارد المادية لبعض فئات المُجتمع؛ ما يحول دون إعطاء الأولوية لمثل هذا النوع من المجلات.

10. ضعف وعي الآباء والمُربين عموماً، بأهميّة الثقافة بالنسبة للطفل.

مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»

مجلة ثقافية شهرية مُصورة لكل البنات والبنين، كانت تصدر عن إدارة المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي». ظهر العدد الأول منها في الرابع عشر من تشرين الثاني/نوفمبر عام 1998، مُتزامناً مع احتفالات المملكة بعيد ميلاد جلالة المغفور له الملك الحسين بن طلال طيب الله ثراه، فيما تم توزيعه بالأسواق يوم 20 تشرين الثاني/نوفمبر 1998.[96]

اسم مجلة «حاتم»

«حاتم» هذا الاسم للمجلة، لم يأت من فراغ أو بصورة عشوائية، وإنما كان وليد دراسة ودلالة معنوية كبيرة، لتكون المجلة رمزاً للعطاء والكرم المعرفي والثقافي، تيمناً بالشخصية العربية الشهيرة، رمز الكرم العربي (حاتم الطائي)، من خلال ما تُقدّمه للأطفال من قصص، وقصائد، وسيناريوهات، ومواد صحفية مُختلفة، وكل ما من شأنه أن يرقى ويوسّع دائرة معارف قرائها، بشكل يجمع ما بين المُتعة والفائدة.[97]

هدف إصدار مجلة «حاتم»

تأسست «حاتم» كمجلة غير ربحية، وإنما رسالة غايتها خدمة الطفل بعيداً عن المردود المادي، لذا كانت تُباع بسعر رمزي، لا يتجاوز ربع الكُلفة الحقيقة لإصدار المجلة، كما كانت تُباع لأطفال المحافظات والمناطق النائية بأسعار اقل من ذلك بكثير، يُضاف إلى ذلك جُملة من الهدايا التي كانت توزعها المجلة على قرائها؛ بقصد الإسهام في نشر الوعي الثقافي والمعرفي، ونشر عادة القراءة والمُطالعة المُفيدة بين أكبر قطاع من البنين والبنات.[98]

---

(96) النشرة الإعلاميّة الصادرة عن «الرأي»، عمّان: المؤسسة الصحفية الأردنية، 2008، ص33.

(97) جدعون، بثينة، "مجلات الأطفال في الأردن واقع وتحديات: مجلة حاتم نموذجاً"، في صالح، منير (محررة)، **راهن أدب الأطفال في الأردن**، ط1، عمّان: دار غيداء للنشر والتوزيع.2011، ص175.

(98) جبارة، ماجد، **"صحافة الطفل .. رسالة ثقافية أم مشروع تجاري؟"**، جريدة الرأي الأردنية، عمّان، ع13176، نُشر بتاريخ: 2006/10/23، ص32.

دورية صدور مجلة «حاتم»

سعت إدارة «الرأي» ومنذ إصدارها العدد الأول من المجلة، إلى جعل «حاتم» نصف شهرية ثم تحويلها إلى أسبوعية، في حال توفرت لها الإمكانيات الفنية والصحفية اللازمة، وهو ما لم يحدث أبداً.[99]

جمهور مجلة «حاتم»

توجّهت «حاتم» بشكل خاص إلى الفئة العُمرية التي تتراوح بين (6 – 16) سنة، كما حرصت على أن تكون المواد المنشورة فيها مُناسبة لكل الفئات العُمرية، من حيث الثقافة العامة والمعلومات، واكتشاف المُبدعين واستثمار طاقاتهم الإبداعية؛ لخدمة الثقافة الموجّهة للفتيان والفتيات.[100]

مضمون مجلة «حاتم»

تضمّنت مجلة «حاتم» عدداً من الأبواب والزوايا الثابتة في كل عدد صادر منها، كالصفحات الإخبارية التي كان يوفرها كادر المجلة بالاتصال المُباشر بالمدارس والمراكز الثقافية المُتخصصة بالطفل، عبر باب ثابت اخذ اسم (سلة أخبار)، إضافة إلى تحقيق شهري يتعلّق بإحدى القضايا التي تهم الطفولة، مع تخصيص صفحة ثابتة باسم (العيادة)، التي كانت تُجيب فيها طبيبة مُتخصصة عن أسئلة الأطفال الصحية، إلى جانب باب (كتاب أعجبني)، الذي كان يتم فيه عرض كتاب للأطفال، يُعلمهم الإقبال على القراءة المُتميّزة، وزاوية (كانوا صغارا)، التي كانت تتعرض لطفولة المُبدعين والمشاهير والعلماء من العرب والأجانب، في محاولة على تشجيع الأطفال على الاقتداء بالناجحين.[101]

من ناحية أخرى، كانت المجلة تتقصد نشر الموضوعات المُتعلقة بالأحداث والمنُاسبات، الإنسانية، أو الوطنية، أو الدينية، حينما يتزامن صدور العدد مع أيٍّ منها، مثل: اليوم العالمي للطفولة، مؤتمر الأطفال العرب، والمُناسبات الوطنية والتاريخية كمعركة الكرامة الخالدة، وعيد الاستقلال، وشهر رمضان الفضيل، وعيد الأضحى المُبارك، وعيد الأم، والعطلة الصيفية، وبداية الفصل الدراسي الجديد، وغيرها من المُناسبات والأحداث، التي كانت حاضرة على صفحات العدد، من خلال القصص والقصائد والمواد المنوعة؛ لتكون من ضمن دائرة اهتمامات الطفل، وتظل راسخة في ذاكرته.

([99]) النشرة الإعلاميّة الصادرة عن «الرأي»، 2008، مرجع سابق، ص.33.
[100]() المصدر السابق نفسه.
([101]) تقرير مجلس إدارة «الرأي» السنوي الثالث والعشرون عن السنة المنتهية في 31 كانون الأول 2008، 2008 عمّان: المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، ص.15.

شكل مجلة «حاتم»

توفّر لمجلة «حاتم» ما لم يتوفّر لسواها من مجلات الأطفال الأردنية؛ إذ كانت تصدر عن مؤسسة صحفية عريقة، لها كوادرها الفنية المؤهلة في مجال الطباعة؛ لذا حرصت إدارة «الرأي» على إصدار «حاتم»، بشكل أنيق من حيث الإخراج الفني ونوعيّة الورق والطباعة.

صدرت «حاتم» في بداياتها في (48) صفحة مُلونة، على ورق جيد غير لامع، من القطع (21×28سم)، ازدانت بالصور إلى جانب الرسومات. وفي منتصف عام 2008، ظهرت «حاتم» بحلتها الجديدة؛ إذ بدأت تُطبع على ورق مصقول ولامع، بواقع (64) صفحة بدلاً من (48) صفحة. وفي أواخر عام 2012، وتحديداً مع صدور العدد رقم (163)، تحوّلت المجلة إلى القطع (17×24سم)؛ ربما لغايات توفير كُلفة الإصدار.

توزيع مجلة «حاتم»

ذكر منير الهور رئيس التحرير الأسبق للمجلة، أن «حاتم» تمكّنت بين عامي (2005 – 2006)، من الوصول إلى قطاع واسع من الأطفال في المملكة والوطن العربي، حيث وصلت إلى (2013) مدرسة من مدارس المملكة، ما بين حكومية وخاصة ومدارس وكالة الغوث، بنسبة توزيع بلغت (15) ألف نسخة شهرياً. وأضاف أن المجلة كانت تتلقى في تلك الفترة، ما بين (60 - 80) رسالة يومياً، تحمل إسهامات الأطفال وآرائهم واقتراحاتهم، كما استطاعت الوصول إلى أسواق (13) دولة عربية بحوالي (10) آلاف نسخة شهرياً، وبذلك ارتفع حجم توزيعها إلى (25000) ألف نسخة شهرياً، إلا أن نسب التوزيع هذه تقلصت فيما بعد لتكون بين (8 – 10) آلاف نسخة شهرياً.[102] [103]

---

[102] نقلاً عن جبارة، ماجد، مرجع سابق، ص.32.

[103] كيالي، كريمان، (رئيسة التحرير السابقة لمجلة حاتم)، اتصال هاتفي تم يوم: 4 تموز/يوليو 2015،

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

توزع الاهتمام البحثي العربي في مجال دراسة مجلات الأطفال على عدة محاور رئيسة، منها:

الجوانب التاريخية المُتصلة بنشأة وتطور هذه المجلات في بعض الأقطار العربية، مثل: دراسة هادي نعمان الهيتي (1978)[104]، ودراسة أحمد محمد فضل الله (1985)[105]، في حين غطّى المحور الثاني الجوانب الفنية الخاصة بإنتاج هذا النوع من المجلات، كالنواحي التحريريّة والإخراجيّة، مثل: دراسة ثروت فتحي كامل (1989)[106]، ودراسة إيناس محمود حامد (1999)[107]، بينما اهتم المحور الثالث برصد وتحليل الأدوار التربوية والاجتماعية التي تؤديها هذه المجلات، مثل: دراسة طارق البكري (1999)[108]، ودراسة بهجت بن محمود جنيد (2002)[109]، ودراسة ماجد تربان (2011)[110]، فيما اهتم المحور الرابع بأدب الأطفال المُقدّم في هذا النوع من المجلات مثل دراسة آمنة حسين الرماضنة (2012)[111]. أمّا الدراسة الحالية، فإنها تنتمي إلى مجموعة الدراسات العربية، التي اهتمّت برصد المعلومات والقيم المُتضمّنة في مجلات الأطفال، ومن أهم هذه الدراسات:

-1- دراسة النجار، والفحماوي، (1978). بعنوان "دراسة موجزة حول صحافة الأطفال ودور مجلة سامر في هذا المجال".[112]

تم إعداد هذه الدراسة الميدانية، بمُناسبة مرور عام على إصدار العدد الأول من مجلة "سامر" الأردنية؛ بهدف التعرّف على رغبات وعادات القراء الصغار لمجلاتهم بشكل عام، ومجلة ""سامر" على وجه الخصوص، وبالتالي قياس مدى نجاح هذه المجلة، ومعرفة الخطوات اللازم اتخاذها لتحسينها، بما يُمكّنها من تحقيق أهدافها وغاياتها الوطنية والثقافية. تم تطبيق الدراسة الميدانية على عيّنة عشوائية قوامها (152) مفردة من أطفال أردنيين

([104]) الهيتي، هادي نعمان، **"صحافة الأطفال في العراق نشأتها وتطورها"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، 1978.

[105]() فضل الله، أحمد محمد، **"صحافة الأطفال في السودان نشأتها وتطورها في الفترة من 1974 إلي 1981"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1985.

[106]() كامل، ثروت فتحي، **"فنون الكتابة في مجلات الأطفال: دراسة تطبيقية لمجلتي سمير وميكي عام 1987"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، 1989.

([107]) حامد، إيناس محمود، **"أثر تكنولوجيا الطباعة الحديثة في إخراج مجلات الأطفال في مصر: دراسة تحليلية وميدانية"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة، مصر، 1999.

([108]) البكري، طارق محمد، **"مجلات الأطفال في الكويت ودورها في بناء شخصية الطفل المسلم"**، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الإمام الأوزاعي، بيروت، لبنان، 1999.

([109]) جنيد، بهجت بن محمود، **"الدور التربوي لمجلات الأطفال بدول مجلس التعاون الخليجي: دراسة تحليلية مقارنة"**، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المدينة المنورة، السعودية، 2002.

([110]) تربان، ماجد، **"دور مجلات الأطفال في تدعيم حق انتفاع الطفل الفلسطيني ومشاركته: دراسة تحليلية مقارنة"**، ***مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)***، مج.25، ع.6، 2011، ص1605-1642.

([111]) الرماضنة، آمنة حسين، **"الأدب في مجلات الأطفال في الأردن"**، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 2012.

([112]) النجار، تغريد، والفحماوي، كمال، **"دراسة موجزة حول صحافة الأطفال ودور مجلة سامر في هذا المجال"**، دراسة صادرة عن مركز هيا الثقافي ومؤسسة سامر للصحافة، عمّان: الأردن، 1978.

من مناطق مُختلفة من مدينة عمان، تراوحت أعمارهم بين (8 – 15) سنة. ومن أهم النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة:

1. حلّت (قصة العدد) في المرتبة الأولى بين موضوعات المجلة المُفضلة لدى الأطفال.
2. جاء اقتراح أغلب أفراد العيّنة من الأطفال، بصدور المجلة أسبوعياً بدلاً من شهرية، ضمن قائمة الاقتراحات المُقدّمة من أفراد العيّنة من قرائها الأطفال، لغايات تحسين المجلة.

-2- دراسة السندوبي، (1983). بعنوان "دور مجلات الأطفال في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال المصريين: دراسة مقارنة وتطبيقية لمجلتي (سمير وميكي) في الفترة من 1974- 1979".[113]

سعت هذه الدراسة التحليلية المقارنة، إلى التعرّف على دور مجلات الأطفال في تنمية وتطور القيم الاجتماعية لدى الأطفال في مصر؛ بهدف الوصول إلى صيغة مُناسبة لمجلة أطفال مصرية، تؤدي دورها في خدمة قضايا المُجتمع المصري. وتحدد مُجتمع الدراسة في مجلتي "سمير" المصرية و"ميكي" المُترجمة. ولتحقيق هذا الهدف، استخدمت السندوبي أسلوب تحليل المضمون؛ للكشف عن القيم المُتضمّنة في كل مجلة، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج، منها:

1. غلب المضمون الاجتماعي على أنواع المضامين المُقدّمة في مجلة "سمير"، في حين غلب المضمون الترفيهي المُقدّم في مجلة "ميكي"، تلاه المضمون الاجتماعي في المجلة ذاتها.
2. غلب الطابع القصصي المصور على مضمون المجلتين.
3. اهتمّت المجلتان بنشر مجموعة القيم الاجتماعية الايجابية، مثل: (حب الآخرين، وحب الوطن، والعمل والإنتاج، والأمانة، والعدالة). فيما أهملت المجلتان بعض القيم الإيجابية، مثل: الكرم، والنظافة، والصبر).
4. وفقت المجلتان في محاولة تنمية القدرات العقلية للطفل من خلال المُسابقات والأحاجي والألغاز.
5. ارتفاع نسبة الاهتمام بإبراز البطولات الجماعية في مجلة "ميكي" عنها في مجلة "سمير".

-3- دراسة علي، ورزق، (1986). بعنوان "مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات ودورها في إمداد الطفل بالمعلومات والقيم المُتضمّنة".[114]

استهدفت هذه الدراسة التحليلية، تقويم مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات في مصر، من خلال تحليل الشكل والمضمون المُستخدم بها؛ لغايات تحديد دور هذه المجلات في إمداد الطفل المصري بالمعلومات

---

[113]() السندوبي، إيمان السعيد محمد، **"دور مجلات الأطفال في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال المصريين: دراسة مقارنة وتطبيقية لمجلتي "سمير وميكي" في الفترة ما بين 1974 – 1979"،** (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1983.

[114]() علي، سلوى إمام، ورزق، سامية سليمان، **"مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات ودورها في إمداد الطفل بالمعلومات والقيم المُتضمنة"، *مجلة النيل***، الهيئة العامة للاستعلامات، مركز النيل للإعلام والتدريب، ع.28،1986، 1986.

والقيم. وتكونت عيّنة الدراسة من (33) عدد من مجلات وقصص الأطفال، التي تُصدرها الهيئة العامة للاستعلامات. ومن أهم النتائج التي خلصت لها الدراسة:

1. توزّع اهتمام مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات، على إمداد الطفل بالمعلومات في المرتبة الأولى، تلاها تنمية القيم والسلوكيّات المرغوب فيها في المرتبة الثانية، فيما حلّ هدف التسلية والترفية في مرتبة متأخرة في سلم اهتمامات هذه المجلات.

2. اهتمّت مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات، بإبراز الشخصيات المؤثرة في حياتنا، مع التركيز بوجه خاص على الشخصيات المصرية.

-4- دراسة فهمي، (1988). بعنوان "دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل المصري بالمعلومات: دراسة تحليلية ميدانية".[115]

استهدفت هذه الدراسة التحليلية الميدانية، الكشف عن أهميّة مجلات الأطفال لدى الطفل المصري، مُقارنة مع وسائل الإعلام والتثقيف الأخرى التي يتعرض لها، كما سعت أيضاً إلى تحديد خصائص مجلات الأطفال في مصر، وبيان وظائفها ومدى ملاءمة المعلومات المُقدّمة فيها، لاهتمامات الطفل المصري واحتياجاته. تحدد مُجتمع هذه الدراسة في مجلتي "ميكي" و"سمير" المصريتين، بالإضافة إلى مجلة "ماجد" الإماراتية، بالإضافة إلى عيّنة عشوائية مُتعددة المراحل، قوامها (360) طفلاً وطفلة من المرحلة العمرية (9– 12) سنة؛ لقياس رأي الأطفال في ما تُقدّمه لهم هذه المجلات. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها:

1. تقوم مجلات الأطفال بعدة وظائف أساسية للأطفال، تتمثّل في: الإعلام، والتثقيف، والتعليم، والتنشئة الاجتماعية، والتسلية.

2. تحتل مجلات الأطفال موقعاً متوسطاً بين مُختلف وسائل الإعلام والتثقيف التي يتعرض لها الأطفال.

3. أسهمت المجلات الثلاث في إمداد الأطفال بالعديد من المعلومات، جاء في مُقدمتها المعلومات العلمية، والتاريخية، والدينية، والجغرافية.

4. أسهمت المجلات الثلاث في زيادة إدراك الطفل المصري لواقعه وللعالم المحيط به بنسبة (22%)، فيما أسهمت في تقديم الموضوعات التي تحتوي على القيم الإيجابية بنسبة (52%).

([115]) فهمي، نجوى عبد السلام عبد العزيز، **"دور دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل المصري بالمعلومات: دراسة تحليلية ميدانية"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر، 1988.

-5- دراسة علي، (1997). بعنوان "تأثير الواقع الثقافي على بناء القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة تحليلية مقارنة لعيّنة من مجلات الأطفال في مصر والسعودية".(116)

هدفت هذه الدراسة التحليلية المقارنة، إلى وصف وتحليل ما تنشره مجلتا "علاء الدين" المصرية و"باسم" السعودية، من مضامين موجّهة للطفل، وعلاقة تلك المضامين بالواقع الثقافي للمُجتمعين، بالاعتماد على منهج المسح الإعلامي وعلى المنهج المقارن، للمُقارنة بين ترتيب السلم القيمي في المجلتين موضوع الدراسة، باستخدام أداة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها:

1. اتفقت المجلتان على ترتيب السلم القيمي ذاته، باعتبارهما تصدران في مُجتمعين عربيين، يتشابه النسق القيمي فيهما إلى حد كبير. وجاء الترتيب السلم القيمي في المجلتين على النحو الآتي: القيم الدينية، القيم الاجتماعية، القيم السياسية، القيم الجمالية، القيم الاقتصادية.
2. استخدمت مجلة "علاء الدين" الفنون الصحفية المُختلفة في تقديم القيم التربوية للأطفال، في حين لم تستخدم مجلة "باسم" من الفنون الصحفية سوى فن المقال، ثم بريد القراء.
3. جاءت القصة المُدعّمة بالصورة في مُقدمة الفنون الأدبية، التي استخدمتها المجلتين في تقديم القيم التربوية للأطفال، تلتها المسلسلات المُصورة، ثم الشعر.
4. ظهر الدور الاجتماعي (الطفل) أكثر من غيره من الأدوار الاجتماعية الأخرى في كلتا المجلتين.
5. عُرضت أغلب القيم التربوية في مساحة أقل من نصف صفحة في المجلتين.

-6- دراسة البحيري، (1999). بعنوان "المعلومات العلمية والتكنولوجية في مجلات الأطفال المصرية: دراسة تحليلية لمجلتي سمير وعلاء الدين".(117)

سعت هذه الدراسة التحليلية، إلى التعرّف على المعلومات العلمية والتكنولوجية المُتضمّنة في مجلتي "سمير" و"علاء الدين" الموجّهتين للأطفال. وأسفرت الدراسة عن مجموعة من النتائج، في مُقدمتها:

1. جاء المضمون العلمي في الترتيب الثاني بعد المضمون الترفيهي بنسبة (14.2%).
2. لم تراع مجلة "سمير" الاهتمام بنشر أعمال وإنجازات العلماء العرب والمصريين، بل ركزت على أعمال وتجارب العلماء الأجانب. أمّا مجلة "علاء الدين" فلم تنشر أي أعمال أو إنجازات للعلماء، أكانوا عرباً أو أجانب.

---

(116) علي، أسامة عبد الرحيم، **"تأثير الواقع الثقافي على بناء القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة تحليلية مقارنة لعيّنة من مجلات الأطفال في مصر والسعودية"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر، 1997.

(117) البحيري، لمياء رشدي، **"المعلومات العلمية والتكنولوجية في مجلات الأطفال المصرية: دراسة تحليلية لمجلتي سمير وعلاء الدين"**، ***مجلة كلية التربية النوعيّة***، مج.2، ع.1، 1999.

-7- دراسة أبو سنة، (2004). بعنوان "دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي".[118]

هدفت هذه الدراسة التحليلية، إلى التعرّف على دور مجلات الأطفال، في تزويد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي، وإلى الكشف عن طبيعة المعلومات، التي تضمنتها مجلات الأطفال المصرية محل الدراسة، إلى جانب معرفة أنماط وعادات الأطفال في قراءة ثلاث مجلات أطفال مصرية، هي: مجلة "سمير"، و"علاء الدين"، و"بلبل"، خاصة تلك الموضوعات التي تمدهم بمعلومات عن العالم الخارجي. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

1. تصدّرت الأشكال الصحفية المرتبة الأولى بين الأشكال التحريرية التي استخدمتها المجلات الثلاث، في تقديمها للمعلومات عن العالم الخارجي، كما جاء الخبر القصير في مُقدمة الأشكال الصحفية، والقصة في مُقدمة الأشكال الأدبية، وبريد القراء في مُقدمة الأشكال الأخرى.

2. جاءت المعلومات عن العالم الخارجي في المجلات الثلاث مُحددة القائم بالاتصال أكثر من المعلومات غير المُحددة القائم بالاتصال؛ فيما جاء ترتيب المصادر في على النحو الآتي: القارئ، والمُحرر، والرسام، وكاتب القصة، كاتب السيناريو، وأخيراً المصادر الأخرى.

3. اتفقت المجلات الثلاث على نشر موضوعات العالم الخارجي بالدرجة الأولى في نصف المجلة الثاني، وبالدرجة الثانية في نصف المجلة الأول.

4. اهتمّت المجلات الثلاث على حدٍ سواء بالعناوين الرئيسة والفرعية.

5. اتفقت المجلات الثلاث على استخدام الألوان المُنفصلة أكثر من الألوان المُركبة.

6. حلّت الصور الخبرية في الترتيب الأول بين أنواع الصور، التي صاحبت موضوعات عن العالم الخارجي في المجلات الثلاث.

7. اعتمدت المجلات الثلاث على الرسوم التعبيرية والتوضيحية والشخصية، في حين لم يرد الكاريكاتير الا في مجلة "علاء الدين".

---

(118) أبو سنة، نورة حمدي محمد، **"دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة: مصر. 2004.

-8- دراسة الأنصاري، (2005). بعنوان "صحافة الأطفال ودورها في تزويد الطفل الكويتي بالمعلومات: دراسة على مجلة العربي الصغير".[119]

سعت هذه الدراسة التحليلية، إلى التعرّف على طبيعة المعلومات التي تتضمنها مجلات الأطفال الكويتية، من خلال تحليل مضامين عيّنة من أعداد مجلة " العربي الصغير"، التي تصدر عن وزارة الإعلام بدولة الكويت. ومن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة:

1. تصدّرت المعلومات العلمية المرتبة الأولى بين المعلومات التي تضمّنتها مجلة العربي الصغير، تلتها المعلومات التعليمية في المرتبة الثانية، في حين جاءت المعلومات الاقتصادية في المرتبة الأخيرة.
2. غلب استخدام الأسلوب المُباشر في عرض المعلومات المُقدّمة في مجلة العربي الصغير.
3. تصدرت الفصيحة المُبسطة المستويات اللغوية الثلاث المُستخدمة في تقديم المعلومات المُتضمّنة في المجلة.

-9- دراسة الأنصاري، (2006). بعنوان "القيم الأخلاقية المُتضمّنة في مجلات الأطفال الكويتية: دراسة تحليلية".[120]

هدفت هذه الدراسة التحليلية، إلى التعرّف على القيم المُتضمّنة في مجلات الأطفال الكويتية، من خلال تحليل مضامين على عيّنة من مجلة "براعم الإيمان" الإسلامية، ومجلة "العربي الصغير" العامة. وأسفرت الدراسة عن عدد من النتائج، منها:

1. اهتمام مجلة "براعم الإيمان" بالمضامين التي تتناول القيم الأخلاقية بصورة أكبر إذا ما قورنت بمجلة "العربي الصغير".
2. اعتمدت المجلتان على الأسلوب غير المباشر في عرضهما للقيم.
3. اعتمدت المجلتان على الفصيحة المُبسطة في تقديمهما للقيم الأخلاقية بشقيهما الإيجابي والسلبي.
4. اهتمام المجلتين بالشكل القصصي في تقديمهما للقيم الأخلاقية.

---

(119) الأنصاري، عيسى محمد، **"صحافة الأطفال ودورها في تزويد الطفل الكويتي بالمعلومات: دراسة على مجلة العربي الصغير"**. ***مجلة كلية التربية- جامعة بور سعيد***، مج.15، ع.1، 2005، ص.106-144.

120() الأنصاري، عيسى محمد، **"القيم الأخلاقية المتضمنة في مجلات الأطفال الكويتية: دراسة تحليلية"**، ***المجلة التربوية***، 2006، ع.79، ص.5-99.

-10- دراسة اليونس، وآخرون، (2006). بعنوان "دراسة تقويمية شاملة لمجلة «حاتم» للأطفال الصادرة عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»".[121]

هدفت هذه الدراسة الميدانية التقويمية، إلى الوقوف على وجهات نظر كل من المُختصين في ميدان الطفل وثقافته، والقراء الصغار، وأولياء أمورهم في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم». وأشارت نتائج الدراسة إلى العديد من نقاط القوة والضعف في المجلة، في مقدمتها:

1. أن الموضوعات في مجلة «حاتم» تُنمّي سلوك المُحافظة على البيئة عند الطفل، وتربط الطفل بوطنه الأردن، وتُنمّي شعوره بالارتباط مع إخوانه الأطفال العرب.
2. اعتبر المختصون في ميدان الطفل، أن لغة الحوار في القصص غير مُناسبة لأطفال الصفوف من الأول وحتى الرابع الابتدائي، وأن استخدام علامات الترقيم في نهاية جمل القصص غير مُناسب، إلى جانب عدم وضوح الأهداف التربوية لموضوعات المغامرات.
3. أن الموضوعات ذات الطابع الترفيهي والروحي، تشد قراء المجلة أكثر من غيرها، مثل: اضحك مع الظرفاء، والقصص الكرتونية، وتسالي متعة التفكير، والمُغامرات، والمعلومات الدينية.
4. هناك درجة عالية من رضا القراء الصغار عن عناصر شكل المجلة وهيئتها، وذلك من حيث: وضوح الطباعة على الغلاف، ولونه، والرسومات التوضيحية داخل المجلة، والرسومات على الغلاف.

-11- دراسة عبويني، (2008). بعنوان "المضامين التربوية في مجلات الأطفال الأردنية: دراسة تحليل محتوى لمجلتي وسام وحاتم".[122]

هدفت هذه الدراسة التحليلية، إلى الوقوف على أبرز ما تحتويه مجلتا الأطفال الأردنيتين "وسام" و«حاتم»، من مضامين تربوية، ومعرفة مدى تأثر هذه المضامين على سلوك الطفل من وجهة نظر المُهتمين بأدب الأطفال في الأردن، وذلك من خلال التحليل الكمي لمضامين عيّنة عشوائية من أعداد المجلتين محل الدراسة، كما تم تطبيق الدراسة الميدانية على عيّنة عمديّة قوامها (63) مفردة من الكتّاب والأدباء والمُهتمين بأدب الأطفال في الأردن. وأسفرت الدراسة عن عدد من النتائج، منها:

1. حصلت القصة على أعلى مرتبة في مجال (الجنس الكتابي) في مجلة "وسام"، فيما حصل المقال في مجلة «حاتم»، على أعلى مرتبة في نفس المجال.
2. حصل المضمون الاجتماعي على أعلى مرتبة في مجال (المضمون التربوي) في مجلة "وسام"، في حين كان المضمون الجغرافي هو الأعلى في مجلة «حاتم».

---

(121) اليونس، يونس، وآخرون، **"دراسة تقويمية شاملة لمجلة حاتم للأطفال الصادرة عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»"**، ***مجلة دراسات: العلوم التربوية***، مج.33، ع.1، 2006، ص.27-50.

(122) عبويني، عماد، **"المضامين التربوية في مجلات الأطفال الأردنية – دراسة تحليل محتوى لمجلتي وسام وحاتم"**، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة اليرموك، إربد، الأردن، 2008.

3. جاء هدف غرس القيم هو الأعلى في مجلة "وسام"، بينما جاء هدف تزويد الطفل بالمعلومات الأعلى مرتبة في مجلة «حاتم».

-12- الراشد، والحميد، (2011). "دور المجلات السعودية في تنمية القيم الجمالية لدى الأطفال: دراسة تحليلية ناقدة في ضوء تطلعات العصر".(123)

هدفت هذه الدراسة التحليلية، إلى التعرّف على أبعاد التربية الجمالية، التي ظهرت في مضامين مجلات الأطفال السعودية، من خلال تحليل مضامين مجلتي "باسم" و"سنان"، خلال عامي 2007 – 2008، وبواقع (14) عدداً عشوائياً من كلا المجلتين. ومن أبرز نتائج هذه الدراسة ما يأتي:

1. وفّق المضمون المُقدّم في مجلتي "باسم" و"سنان" في تأكيده على بعض القيم الجمالية في المجالات الثلاث (البصري واللفظي والأخلاقي)، إلا أنه لم يهتم ببعض القيم المُهمّة التي ترتبط بمُتطلبات الأطفال وتطلعاتهم.
2. لم توازن المجلتان في استخدامها للأشكال الصحفية في مجال تقديم القيم الجمالية؛ إذ ركّزتا على استخدام بريد القراء، والصور والرسوم، والإعلانات، في حين لم تستخدم المقال، والشعر، والحديث، والخبر، بالقدر الكافي.
3. جاء الإنسان في مُقدمة الشخصيات التي قدّمت القيم الجمالية في كلا المجلتين، تلاه الحيوان في المرتبة الثانية، ثم الطيور في المرتبة الثالثة، في حين لم تظهر فئة الأشجار، أو النباتات، أو الزهور، في أي من المجلتين.
4. وفقت المجلتان بتقديم القيم الجمالية باللغة العربية الفصيحة المُبسطة، وبأسلوب تعبير سهل.

-13- دراسة عبد الرحمن، (2012). بعنوان "واقع صحافة الأطفال ودورها المعرفي في العالم العربي- دراسة تحليلية تقويمية".(124)

هدفت هذه الدراسة التحليلية التقويمية، إلى كشف وتوصيف أثر التحولات الإعلاميّة والمعرفية الحالية، على مفهوم وأنواع وسمات صحافة الأطفال في العالم العربي، إلى جانب وصف وتحليل الدور المعرفي لمجلات الأطفال العربية، من خلال تحليل المضامين المعرفية التي تُقدّمها عيّنة من أعداد مجلتين خليجيتين، هما مجلة "ماجد" ومجلة "باسم". وأسفرت الدراسة عن عدد من النتائج، من أبرزها:

1. تنوّع المضمون المعرفي الذي تُقدّمه المجلتان بشكل كبير، وهي مضامين تُسهم في تثقيف الأطفال، وإمدادهم بالمعلومات الضرورية لتشكيل مخزونهم الثقافي في المستقبل.
2. حازت المضامين العلمية والتكنولوجية على المرتبة الأولى بين المضامين المعرفية المُقدّمة في المجلتين، تلتها المضامين الصحية والطبية في المركز الثاني، في حين جاءت المضامين الدينية في المركز الثالث.

---

(123) الراشد، مضاوي عبد الرحمن، والحميد، سهير محمد، **"دور المجلات السعودية في تنمية القيم الجمالية لدى الأطفال: دراسة تحليلية ناقدة في ضوء تطلعات العصر"، دراسات الطفولة**، مج.14، ع.51، 2011، ص.27-53.

(124) عبد الرحمن، سناء جلال، **"واقع صحافة الأطفال ودورها المعرفي في العالم العربي: دراسة تحليلية تقويمية"**، ***مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية***، ع.3، 2012، ص.99-120

3. تفوّق هدف تنمية المعارف في المجلتين، تلاه هدف تنمية المهارات في المرتبة الثانية، وهدف غرس القيم الايجابية في المرتبة الثالثة.

4. سيطرة المجال العالمي على المضامين المعرفية التي تُقدّمها المجلتين، في حين حل المجال العربي في المركز الثاني، والمجال الوطني في المركز الثالث، ثم المجال الإسلامي في المركز الرابع.

التعليق على الدراسات العربية السابقة

بعد الاطلاع على الدراسات العربية السابقة، اتضح لنا مدى الاهتمام العربي بدراسة مجلات الأطفال، مُقابل ضعف ونُدرة هذا الاهتمام محلياً، إلى جانب تنوّع المحاور التي تناولتها هذه الدراسات، وتنوّع المناهج البحثية المُستخدمة في انجازها.

من جانب أخر، يُمكن تحديد ما يُميّز هذه الدراسة – بحسب علم الباحثة واطلاعها- عن سابقاتها من الدراسات العربية في الجوانب الآتية:

1. أنها استهدفت قياس الدور الذي يُمكن أن تؤدّيه مجلات الأطفال في غرس القيم والمُثل الايجابية لدى الطفل وتنميتها، علاوة على رصدها لدور هذه المجلات في تقديم المعلومات للطفل، بما يكفل توسيع دائرة معارفه، وزيادة وعيه واتساع أفقه لما يدور حوله، سواء داخل مجتمعه أو خارجه.

2. أنها اهتمّت بدراسة وتحليل شكل ومضمون جميع المواد المنشورة في المجلة المبحوثة، بما يشمل: الغلاف، والصور، والرسوم، وحتى الإعلانات الواردة فيها، إلى جانب المضامين الصحفية والأدبية ومواد التسلية والترفيه الأخرى، مُستندة في ذلك إلى (21) فئة تحليل رئيسة و(241) فئة فرعية وثانوية.

3. أنها تُعدّ محاولة جادة لتأصيل نشأة وتاريخ صحافة الأطفال في الأردن، وذلك من خلال المسح الذي أجرته الباحثة للصحف والمجلات الموجّهة للطفل الأردني**.**

4. أنها تُعدّ دراسة تكميلية للمجهودات البحثية المحليّة، التي تم انجازها سابقاً، في مجال البحوث والدراسات التربوية والأدبية والإعلاميّة، الخاصة بدراسة أدب وإعلام الطفل في الأردن.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

-1- دراسة (بيلشز)، (1978). بعنوان "استخدام مجلات الأطفال في المكتبة العامة".(125)

Belsches Study, (1978). Titled "The Use of Children's Magazines in a Public Library".

هدفت هذه الدراسة الوصفية، إلى التعرّف على كيفية استخدام مجلات الأطفال في المكتبات العامة، في مدينة (تشابل هيل) Chapel Hill الأمريكية، وعلى طُرق هذا الاستخدام، بالإضافة إلى معرفة خصائص وسمات من يستخدمون هذه المجلات من الأطفال، وذلك من خلال رصد ومُلاحظة ملف تعريف المُستخدم الموجود في غُرف الأطفال في المكتبات العامة، حيث أُجري الرصد لمدة (31) ساعة على مدى ستة أسابيع. وأثبتت نتائج الدراسة تنوّع استخدامات مجلات الأطفال، وأن هذه المجلات تُسهم في رفع الوعي الثقافي والقيمي العام لدى جمهور الأطفال، الذين يستخدمون هذه المجلات.

-2- دراسة (سميث)، (1982). بعنوان "تفسير الحياة اليومية: بعض أوجه استخدام الأطفال لوسائل الإعلام للحصول على المعلومات".(126)

Explaining everyday life: Some Aspects of Children's "Smith Study, (1982). Titled ". use of mass media for information

سعت هذه الدراسة الميدانية، إلى التعرّف على استخدامات الأطفال لوسائل الإعلام لغايات الحصول على المعلومات، وذلك بتطبيق دراسة ميدانية على عيّنة من الأطفال، ممن تتراوح أعمارهم بين (14-13) وبين (15-16) سنة، تم تقسيمهم تبعاً لعدد من المتغيرات هي: الجنس، والطبقة الاجتماعية، واختبار الذكاء. وأسفرت الدراسة عن عدد من النتائج، منها:

1. ارتبط دور وسائل الإعلام لدى أفراد العيّنة في سن 16 سنة، بتفسير المعلومات المُقدّمة عن العالم الخارجي؛ الأمر الذي يُمكن تفسيره بأن الأطفال يبدون ميلاً مع تقدمهم في السن، إلى مُتابعة التفسيرات الذي تُقدّمها وسائل الإعلام المُختلفة عن القضايا العالمية، من خلال ما تبثه هذه الوسائل من مواد إخبارية.
2. تُبدي الفتيات ميلاً أكبر عن الأولاد إلى استخدام وسائل الإعلام وخاصة المجلات؛ ففي سن (14) سنة تُعتبر المجلات بالنسبة لهن، مصدراً للمعلومات عن المشاكل الشخصية والموضة، بينما في سن (16) سنة، تستخدم الفتيات المجلات كوسيلة لحل مشاكلهم الشخصية.

---

(125) Belsches, J. F. **"The Use of Children's Magazines in a Public Library"**, (unpublished master's thesis), University of North Carolina, Chapel Hill, North Carolina : U.S.A. 1978.
(126) Smith, D. M. **"Explaining everyday life: Some Aspects of Children's use of mass media for information"**, ***International Communication Gazette***, Vol.30, Issue.2, 1982, pp.73-87.

-3- دراسة (سكوفيلد)، (1986). بعنوان "تقييم مجلات الأطفال الصغار".[127]

."An Evaluation of Magazines for The Very Young"Scofield Study, (1986). Titled

استهدفت هذه الدراسة التحليلية التقويمية، تقويم المجلات التي تُخاطب جمهور الأطفال ما بين سن (2–6)، من خلال تحليل مضامين عيّنة من سبع مجلات أطفال صادرة في الولايات المتحدة الأمريكية، والموجهة أصلاً للأطفال دون سن المدرسة؛ وذلك لاختبار الفرضية القائلة بأن معظم مجلات الأطفال ما قبل المدرسة، ليست مُناسبة لجمهورها المُستهدف. ولتحقيق ذلك الهدف، تم تحليل عدداً واحداً من كل مجلة، وفقاً لسبعة معايير تتعلق بخصائص الأطفال قبل سن المدرسة، هي: النمو المعرفي، والطرائف، والاستعداد للقراءة، والرسوم التوضيحية، والمحتوى، وميزات التصميم، ونسبة صفحات التركيز إلى نوع المهارات. وخلصت الدراسة إلى أنه من بين المجلات السبعة التي تم تحليلها، كانت مجلة"National Geographic World" المجلة الوحيدة التي قدّمت للأطفال المعلومات الشيقة والمُسلية، التي تُساعد في تنمية المهارات المُختلفة لديهم.

-4- دراسة (ميليت)، (1987)، "تاريخ صحافة الأطفال في مصر: عن مجلة سمير، وميكي، وسندباد، وغيرها".[128]

Samir, Mickey, Sindbad et les autres. Histoire de la "Millet Study, (1987). Titled ."presse enfantine en Égypte

اهتمّت هذه الدراسة التاريخية التحليلية، بالتأصيل لصُحف ومجلات الأطفال المصرية، منذ نشأة صحافة الأطفال في مصر عام 1870 وحتى عام 1987، وذلك من خلال دراسة وتحليل الصور والرسوم المُقدّمة على غلاف كل مجلة أطفال مصرية صادرة في تلك الفترة. وأسفرت الدراسة عن عدة نتائج، من أهمها:

1. غياب المشروع الثقافي العام والرؤية الفكرية الشاملة لدى القائمين على صُحف الأطفال، الذين يفتقرون إلى المخيّلة الإبداعية.
2. يُعاني القائمون بالاتصال في تلك المجلات، من سوء في الإدارة والتحرير، والحاجة إلى التطلع للمُنافسة، والخيال الإبداعي في النظرة المُستقبلية للطفل، ومراعاة المراحل العُمرية المُختلفة للطفولة.
3. عانت تلك المجلات من تزايد الدعاية الشخصية، مع الحساسية المُستمرة في نشر المسائل السياسية والأخلاقية والدينية.

---

(127) Scofield, M. E. **"An Evaluation of Magazines for The Very Young"**, (unpublished master's thesis), Northern Michigan University, Marquette, Michigan: U.S.A. 1986.

(128) Millet, B. **"Samir, Mickey, Sindbad et les autres. Histoire de la presse enfantine en Égypte"**, Cedej, Dossiers du Cedej, Le Caire, 1987.

-5- دراسة (انتليتز) (1990). بعنوان "استخدام مجلات الأطفال في مدرسة مختارة".[129]

."Children’s Magazine Use in A Selected School"Antlitz Study, (1990). Titled

استهدفت هذه الدراسة الميدانية، فحص وجهات نظر المُدرسين حول سُبل تطوير مجلات الأطفال، وإلى التعرّف إلى المجلات التي يستخدمها الأطفال في صفوفهم الدراسية، وبالإضافة إلى معرفة طُرق استخدام هذه المجلات في خدمة المواد الدراسية في بعض المدارس. وذلك من خلال تحليل وقياس آراء عيّنة من المعلمين بالإضافة إلى التربويين والخبراء في حي (برونكس) The Bronx في مدينة (نيويورك) الأمريكية، للإجابة عن الاستفسارات المُتعلقة بالمواد الدراسية، وعن مدى جدوى استخدام مجلات الأطفال بها، إلى جانب أرائهم حول المواصفات الجيدة لمجلات الأطفال، التي يُمكن استخدامها داخل الغرف الصفية. ومن أهم نتائج هذه الدراسة:

1. تُعدّ الصُحف والمجلات الأسبوعية الأكثر استخداماً في الصفوف المدرسية.
2. أن (60%) من الصفوف الدراسية، توفر لتلاميذها عدداً كافياً من مجلات الأطفال.
3. أن (80%) من مدرسي عيّنة الدراسة، يستعينون بثلاث مجلات في الصف الدراسي الواحد؛ لتنمية المهارات والسلوكيّات والقيم لدى الأطفال.
4. تُعدّ سهولة قراءة المجلة، من أهم المواصفات الايجابية لمجلات الأطفال.
5. احتلت الموضوعات الشيّقة والخفيفة في مجلات الأطفال، المرتبة الأولى من بين أكثر الموضوعات مقروئية من قبل عيّنة الدراسة من الأطفال.
6. أن الاستخدام الفعلي لمجلات الأطفال في المدارس، لا يُوازي استخداماتها الواردة في الأدبيات النظرية.

-6- دراسة (مارتنسون وهيننت)، (2008). بعنوان "تصوير الجنس (الجندر) في مجلات الأطفال".[130]

Gender Depictions in Children's "Martinson & Hinnant Study, (2008). Titled ."Magazines

بحثت هذه الدراسة التحليلية في نماذج سلوك الجنسين المُقدّمة في صور ورسوم مجلات الأطفال؛ بهدف الكشف عن الفروق بين الأدوار والأنشطة المُخصصة لكلا الجنسين في وسائل الإعلام، التي تسعى إلى تنميط أدوار الجنسين اجتماعياً، وجعلها مقبولة على نطاق واسع، من خلال تحليل مضامين الصور والرسوم التوضيحية، المُقدّمة في أربع مجلات أطفال أمريكية. وأشارت نتائج الدراسة، إلى أن تمثيل بعض أنماط السلوك بين الجنسين مثل الأبوة والأمومة والعمل والوظائف، ظهرت بشكل ملحوظ لدى الذكور عنها لدى الإناث، وذلك باستخدام صور أدوات

([129]) Antlitz, P. "***Children’s Magazine Use in A Selected School***", (unpublished master's thesis), Long Island University, Northern Blvd, Brookville, New York: U.S.A. 1990.

([130]) Martinson, M. & Hinnant, A. **"Gender Depictions in Children's Magazines"**, ***The Annual Meeting of the International Communication Association***, during May 22, 2008, Montreal, Quebec: Canada.

الإنتاج والانخراط في الأنشطة والأعمال الشاقة. كما بينت الدراسة، أن مجلات الأطفال لا تختلف عن وسائل إعلام الأطفال الأخرى، في تقديمها لأنماط السلوك التقليدية بين الجنسين، وفي الحفاظ على القوالب النمطية المُتحيزة ضد المرأة.

-7- دراسة (كارتر)، (2009). بعنوان "دراسة في مجلات الأطفال اليابانية 1888-1949".(131)

."A study of Japanese children's magazines 1888-1949"Carter Study, (2009). Titled

اهتمّت هذه الدراسة التاريخية التحليلية، بتتبّع تاريخ مجلات الأطفال في اليابان، منذ نشأتها عام 1888 إلى تراجعها في أواخر عام 1949. علماً بأن عام 1888، يُمثّل العام الذي نُشرت فيه أول مجلة أطفال في اليابان هي مجلة (حديقة الأطفال)، في حين أن عام 1949، يُمثّل العام الذي رفعت فيه قوات الحلفاء الرقابة عن الصحافة اليابانية المطبوعة، خلال فترة احتلالها للبلاد في أعقاب الحرب العالمية الثانية.

تمحور الموضوع الرئيس لهذه الدراسة، حول الدور المهم الذي قامت به مجلات الأطفال اليابانية، في بناء الدولة القومية اليابانية الحديثة؛ فالناشرون والحكومة استهدفوا توجيه عقول الشباب نحو بناء الأمة، وكسب دعم الأطفال للمجهود الحربي، إلا أن أساليبهم تغيرت مع تغير المناخ السياسي.

من هذا كله، جاءت هذه الدراسة لتبحث في الأدب الياباني، الذي ارتبط ارتباطاً وثيقاً بتغير مفاهيم النوع الاجتماعي، والأدب، والدولة، والطفولة، وذلك من خلال تحليل مضامين أهم القصص الواردة في مجلات الأطفال اليابانية، الصادرة بين عامي (1888 – 1949)؛ لإثبات كيف أن أدب الأطفال الياباني يعكس المزاج السياسي المُتغير في اليابان. وخلصت الدراسة إلى ضرورة دراسة أدب الأطفال الياباني؛ من أجل التوصل إلى فهم مُتكامل لفترة التحول اليابانية.

8- دراسة (بيوجليز) (2009). بعنوان "قراءة الأطفال: بناء مرحلة الطفولة في الدوريات الإنجليزية للأطفال في القرن التاسع عشر 1855-1875".(132)

Reading Children: Constructions of Childhood in "Pugliese Study, (2009). Titled ."England's Nineteenth-Century Children's Periodicals, 1855-1875

شهدت إنجلترا بين عامي (1855 – 1875)، زيادة ملحوظة في نشر مجلات الأطفال الشهرية والأسبوعية. من هنا، بحثت هذه الدراسة التاريخية التحليلية في (6) مجلات أطفال مُهمّة، من مجلات ما بعد مُنتصف العصر

---

(131) Carter, N. L. **" A study of Japanese children's magazines 1888 - 1949"**, (unpublished doctoral dissertation), University of Pennsylvania, Pennsylvania: U.S.A. 2008.

(132) Pugliese, G. **"Reading children: Constructions of childhood in England's nineteenth-century children's periodicals, 1855-1875"**, (unpublished doctoral dissertation), State University of New York, Binghamton, New York : U.S.A. 2009.

الفيكتوري؛ بهدف توضيح كيفية تكوين صور الأطفال داخل دوريات تلك المرحلة، وذلك من خلال الفحص التاريخيِ المُتعمّق لهذه الصور، في سياق تحوّل المؤسسات الاجتماعية والخطابات المُصاحبة لها، والتي شملت تغييرات في: الألعاب التعليمية، والكتب، والتشريعات الحكومية المُتعلقة بعمل الأطفال وتعليمهم، والمنشورات الدينية الصادرة عن الكنيسة، فضلاً عن التحولات في تقنيات الطباعة والاتصال الجماهيري، والتي أنتجت صوراً مُختلفة ومُتناقضة عن الأطفال.

وبالتركيز على صورة الطفل في سلسلة الأحداث خلال السنوات التكوينية للنشر البريطاني، فإن هذه الدراسة، جاءت لتدحض الصورة النمطية السائدة حول الطفولة الفكتورية، والتي أسهم في تشكيلها العلماء من مُختلف التخصصات، كدراسات العصر الفيكتوري، وأدب الأطفال، والنظريات النقدية.

وخلاصة القول، أن دراسة (بيوجليز) هذه، عملت على إعادة تقييم صورة طفل مُنتصف العصر الفيكتوري وإنتاجها، من خلال دراسة كيفية بناء وتكوين صور الأطفال في تلك المرحلة، عبر مجالات الخطابات المُتعددة (بما في ذلك المشاركين في قطاع الصناعة، جمهور المستهلكين، والمؤسسات الثقافية). كما أوضحت الدراسة، العلاقة المُعقّدة بين النصوص البصرية واللفظية، المُتضمّنة في مجلات الأطفال الصادرة في مُنتصف هذا القرن؛ لإظهار النماذج الإنجليزية المُختلفة في التنشئة الاجتماعية، والطفولة باعتبارها تجربة مُنفصلة عن البالغين.

9- دراسة (باكستر و بيركنز) (2010). بعنوان "دراسة طبيعة إعلانات المجلات الموجّهة للطفل الاسترالي".[133]

Examining the Nature of Australian "Baxter & Perkins Study, (2010). Titled ."Child-directed Magazine Advertising

سعت هذه الدراسة التحليلية التقويمية، إلى تقديم تقويماً شاملاً للإعلانات الموجّهة للأطفال في استراليا، من خلال دراسة طبيعة ومضامين الإعلانات المنشورة في مجلات الأطفال الاسترالية، بصرف النظر عن صنف أو نوع المُنتج المُعلن عنه.

وأظهرت نتائج الدراسة، أن غالبية الإعلانات المنشورة في المجلتين محل التحليل، احتوت على العناصر الإعلاميّة الرئيسة، ووظفت المُتعة والجاذبية، وناشدت الخيال. كما اشتملت هذه الإعلانات، على معلومات عن المُنتج المُعلن عنه. وأوضحت النتائج أيضاً، أن الإعلانات الموجّهة للأطفال الذكور، كانت أكثر نشاطاً وعدوانية، من تلك الإعلانات الموجّهة للأطفال الإناث؛ إذ أظهرت الإعلانات الموجّهة للذكور، مستويات عالية نسبياً من العنف والسلوك العدواني.

---

(133) Baxter, S. & Perkins, A. **"Examining the Nature of Australian Child-directed Magazine Advertising"**. University of Newcastle, Callaghan, New South Wales: Australia, 2010.

10- دراسة (آبادي)، (2011). بعنوان "نظرة تاريخية عامة على مجلات الأطفال".[134]

."Historical Overview of Children's Magazines"Abadie Study, (2011). Titled

سعت هذه الدراسة التاريخية، إلى تقديم صورة شاملة لتطور ونشر مجلات الأطفال الأمريكية، من الثورة الصناعية إلى الثورة الرقميّة، وذلك عبر دراسة مجلات الأطفال الصادرة في الولايات المُتحدة الأمريكية، خلال القرنين الثامن والحادي والعشرين، والموجّهة للأطفال من سن (2- 12) سنة، مع رصد أهم القوى والعوامل الاجتماعية التي أسهمت في تشكيلها، والتغيرات التي اعترت مجال نشرها وتسويقها، إضافة إلى رصد أبرز التوقعات حول مستقبلها. وذلك انطلاقاً من كون هذه المجلات، تُعدّ جزءً مُهمّاً من السجل المكتوب عن الحضارة الأمريكية؛ لما تعكسه عن تطور المُجتمع الأميركي وأهم انجازاته التاريخية. وخلصت الدراسة إلى قدرة مجلات الأطفال الأمريكية، على الصمود أمام النشر الالكتروني، بسبب تنوّع مضامينها وجاذبية تصاميمها، كما أكدت النتائج على تأثير التطور التكنولوجي في صناعة هذه المجلات.

11- دراسة (أدامسكي)، (2011). بعنوان "دور صحافة الأطفال في عملية التعليم - التجربة البولندية".[135]

Role of the Children's Press in the Process of "Adamski Study, (2011). Titled ."Education – the Polish Experience

هدفت هذه الدراسة التحليلية، إلى التعرّف على دور مجلات الأطفال في العملية التربوية، وبالتالي معرفة تأثيرها على ثقافة الطفل، إضافة إلى معرفة مدى تأثر سوق مجلات الأطفال بظهور التلفزيون والإنترنت. ولتحقيق هذا الهدف، قام الباحث بتحليل مضامين مجلات الأطفال البولندية. وخلصت الدراسة إلى مجموعة نتائج، منها:

1. شهدت صحافة الأطفال البولندية منذ بداياتها، تحولات كبيرة جداً أثرت على بنائها.
2. صدر المزيد من مجلات الأطفال في بولندا خلال الحقبة الشيوعية.
3. تواجه صحافة الأطفال البولندية العديد من التحديات، أهمها مُنافستها المُستمرة مع التلفزيون والإنترنت، لذا قام بعض المُحررين بإثراء موادهم الصحفية بإضافة الوسائط المُتعددة إليها، وتزويد المُعلمين بالمواد الإضافية.
4. تُعدّ مجلات الأطفال مصدراً مُهمّاً لنقل المعرفة حول العالم للأطفال؛ لذا لا يُمكن التعامل معها باعتبارها مسألة ثانوية، ليس فقط لأنها تُجسّد نقل المحتوى التعليمي؛ بل لأنها تعمل أيضاً على غرس عادة قراءة الصحف ومن ثم الأدب بين الأطفال، خاصة في عصر هيمنة الصورة على النص الخطي.

([134]) Abadie, E. **"Historical Overview of Children's Magazines"**, (unpublished master's thesis), The University of Mississippi, Oxford, Mississippi: U.S.A. 2011.

([135]) Adamski, A. **"Role of the Children's Press in the Process of Education – the Polish Experience".** University of Stefan Cardinal Wyszyński, Institute of the Media Education and Journalism (Poland), 2011.

12- دراسة (زور)، (2011). بعنوان "بناء الطفل في مجلات الأطفال الكورية، 1908- 1950".[136]

Zur Study, (2011). Titled "The Construction of the Child in Korean Children's Magazines, 1908-1950".

سعت هذه الدراسة التاريخية التحليلية، إلى الكشف عن الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، التي أسهمت بظهور ثقافة الطباعة للأطفال في كوريا، بدءً من نشر أول مجلة للقراء الشباب عام 1908 بعنوان Sonyŏn (صغار الأطفال)، وإلى معرفة دور مجلات الأطفال في غرس الهوية الوطنية لدى الأطفال الكوريين، من خلال تحليل النصوص والصور والرسوم التوضيحية، المُتضمّنة في مجلات الأطفال الصادرة في كوريا خلال الفترة الواقعة بين عامي (1908 – 1950)

ومن أبرز ما خلصت إليه هذه الدراسة، أن مجلات الأطفال الكورية الصادرة بين عامي (1908 – 1950)، شكّلت الجوهر الحقيقي للثقافة والهوية الكورية؛ إذ ركّزت على رسم مُستقبل كوريا في ذهن الشباب والأطفال، كما رسخت اللغة والتاريخ في أذهانهم أيضاً.

التعليق على الدراسات الأجنبية السابقة

أسهمت الدراسات الأجنبية السابقة، بتعزيز قناعة الباحثة بأهميّة موضوع الدراسة وضرورة القيام به، والسعي لاستكمال جوانب النقص وأوجه القصور، التي اعترت الدراسات المحليّة السابقة في الموضوع ذاته، إضافة إلى فوائد علمية عديدة تحققت للباحثة باطلاعها على هذه الدراسات؛ كدعم وإثراء الجانب النظري للدراسة، وإعطاء الباحثة إضاءات معرفية، وتزويدها بأفكار علمية، أسهمت في توجيه الدراسة وفتح آفاق جديدة لها. وعلى الرغم من الفائدة العلمية المُستمدة من هذه الدراسات، والدلالات والمؤشرات المستوحاة منها، تظل الدراسات الأجنبية مُرتبطة بالبيئات التي أجريت فيها، ورهينة لأوضاعها، وما يسود في مُجتمعاتها من علاقات تربوية، ونسيج اجتماعي، وسياسي، واقتصادي، فضلاً عن ارتباطها بخصائص الجمهور الذي أُجريت عليه في تلك البلدان.

---

(136) Zur ,D. **"The Construction of the Child in Korean Children's Magazines, 1908-1950"**. (unpublished doctoral dissertation), University Of British Columbia, West Mall, Vancouver: BC Canada, 2011.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يتطرق هذا الفصل إلى المنهجية البحثية التي قامت عليها الدراسة؛ من خلال تقديم عرضٍ للمنهج المُستخدم في إعدادها، وشرحٍ عن مُجتمعها، ووصفٍ للإجراءات التي تم إتباعها في اختيار عينتها، والأداة البحثية التي تم الاستعانة بها لجمع بياناتها، إضافة إلى دلالات صدق وثبات هذه الأداة، وأخيراً الوسائل الإحصائية التي تم استخدامها في مُعالجة وتحليل هذه البيانات.

أولاً: منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة مُعيّنة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد. وعلى ذلك، يقوم البحث الوصفي بوصف ما هو كائن، عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة أو المُشكل محل الدراسة، وجدولتها وتبويبها، ثم تفسير تلك البيانات، واستخلاص التعميمات والاستنتاجات.[137]

ويُعرّف المنهج الوصفي بأنه: "دراسة الحقائق الراهنة المُتعلقة بطبيعة ظاهرة مُعيّنة، أو موقف مُعيّن، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث، أو مجموعة من الأوضاع. ولا تُقتصر الدراسات الوصفية على معرفة خصائص الظاهرة، بل تتجاوز ذلك إلى معرفة المُتغيرات والعوامل، التي تسببت في وجود هذه الظاهرة".[138]

من جانبه، يرى محمود حسن إسماعيل، أن المنهج الوصفي يُعدّ من أنسب المناهج لدراسة مشكلات إعلام الطفل وثقافته، وأكثرها شيوعاً واستخداماً؛ كونه يُساعد الباحث على فهم الظواهر الإعلاميّة المُتعلقة بالطفولة، من خلال توفير كم من المعلومات عن تلك الظواهر والمُشكلات، تّدعّم الوضع القائم أو تُطالب بتغييره أو تعديله، بما يخدم مجال الطفولة، كما يرى أن أهميّة الدراسات الوصفية وملامتها لدراسة مشكلات إعلام الطفل، تنبع كذلك من كون البرامج الإعلاميّة الموجّهة للأطفال، والوسائل الخاصة بهم، ووسائل إعلامهم وثقافتهم، تتغير بصفة مُستمرة؛ لذا تظل الحاجة إلى وصف تلك الأحداث قائمة.[139]

---

[137] () إسماعيل، محمود حسن، 2011-ب، مرجع سابق، ص96.
[138] () غرايبة، فوزي، وآخرون، **أساليب البحث العلمى فى العلوم الاجتماعية والإنسانية**، ط.6، عمّان: دار وائل للنشر، 2011، ص33.
([139]) إسماعيل، محمود حسن، **مناهج البحث فى إعلام الطفل**، ط.1، القاهرة: دار النشر للجامعات، 1996، ص79.

ولأغراض تحقيق أهداف الدراسة، وللإجابة عن ما طرحته من تساؤلات؛ تم الاعتماد على عدة مداخل وأساليب بحثية ضمن المنهج الوصفي، تحدّدت في الآتي:

(1) المستوى الأول من أساليب المسح الوصفي

وهو الأسلوب الذي يستهدف الحصول على الحقائق والمعلومات، التي تُساعد على فهم الظاهرة ولكنه لا يحل المُشكلة.[140]

تم استخدام هذا الأسلوب المسحي، في بناء إطار نظري ومفاهيمي، حول موضوعات الدراسة، كما تم استخدامه في تتبّع التجربة الأردنية في مجال إصدار مجلات الأطفال، وفي تحديد النظريات الإعلاميّة المُفسّرة لدور مجلات الأطفال في غرس القيم لدى الطفل وفي تقديم المعلومات له، وذلك بالاستناد إلى المعاجم والموسوعات، والكتب والدوريات، والرسائل والبحوث الأكاديمية، والمواقع الالكترونية، التي عالجت تلك المواضيع، على المستويين العربي والأجنبي.

(2) أسلوب الكمي في تحليل المضمون

وهو الأسلوب الذي يُستخدم لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلاميّة المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبية للاحتياجات البحثية المُصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية، طبقاً للتصنيفات البحثية التي يُحددها الباحث؛ وذلك بهدف استخدام هذه البيانات، إمّا في وصف هذه المواد الإعلاميّة، التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية، أو الثقافية، أو السياسية، أو العقائدية، التي تنبع منها الرسالة الإعلاميّة، أو للتعرّف على مقاصد القائمين بالاتصال، من خلال الكلمات، والجمل، والرموز والصور، وكافة الأساليب التعبيرية شكلاً ومضموناً، والتي يُعبر بها القائمون بالاتصال عن أفكارهم ومفاهيمهم، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة مُنتظمة، ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية.[141]

فيما ذهب (برنارد برلسون) Bernard Berelson عام 1952 في تعريفه لأسلوب تحليل المضمون، بأنه: "أحد الأساليب البحثية، التي تُستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلاميّة، وصفاً موضوعياً، منظماً، كمياً".[142]

في ضوء ما تقدّم، تم الاعتماد على أسلوب تحليل المضمون؛ لغايات دراسة المضامين المنشورة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، من خلال رصد وتحليل شكل ومضمون المواد التحريرية المنشورة على صفحاتها، ومن

---

[140]() عمر، السيد أحمد مصطفى، **البحث الإعلامي: مفهومه .. إجراءاته .. ومناهجه**، ط.3، حولي: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2008، ص217.

[141]() حسين، سمير محمد، **دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام**، ط.3، القاهرة: عالم الكتب،2006، ص233 – ص234.

[142]() نقلاً عن إسماعيل، محمود حسن، 2011-ب، مرجع سابق، ص169.

ثم استخلاص المعلومات والقيم التي تضمّنتها تلك المواد، إلى جانب الكشف عن وسائل الإبراز، التي تم استخدامها في عرض هذه المعلومات والقيم على صفحات المجلة.

(3) الأسلوب النوعي في تحليل المضمون

وهو من أكثر الأساليب مقدرة على سبر أغوار المشكلات والوصول إلى جذورها، والحصول على معلومات يتعذر الحصول عليها من خلال الطُرق الكمية، ويُستخدم هذا الأسلوب لزيادة فهمنا لأي ظاهرة أو مشكلة؛ من أجل للحصول على آراء مختلفة عن ظواهر نعرف عنها الكثير، أو للحصول على معلومات مُعمّقة من الصعب التعبير عنها بطريقة إحصائية. يتضمن أسلوب التحليل النوعي استقصاء، وقراءة مُعمّقة، وتحليلاً للنصوص، والوثائق، والمعطيات، وحتى للتجربة والمُمارسة.(143)

من ناحية أخرى، يسعى الأسلوب النوعي في تحليل المحتوى، إلى الحصول على أجوبة عن أسئلة بحثية، ويجمع أدلة، ويتوصل إلى نتائج لم تكن مُحددة سلفاً، كما يتوصل إلى نتائج قابلة للتطبيق. والتحليل الشائع للبيانات النوعية هو انطباع المُراقب، بمعنى أن المراقب الخبير يراقب البيانات- المُعطيات ويُفسرها، ويُستخدم التحليل النوعي بشكل فعّال؛ للحصول على معارف جديدة، من خلال القراءة المُعمّقة للظواهر الجديدة.(144)

تأسياً على ما تم الإشارة إليه، تم الاعتماد على الأسلوب النوعي في تحليل المضمون؛ لغايات تفسير نتائج التحليل الكمي الخاص بأسئلة الدراسة، ومن ثم تقديم تفسيرات نوعية لهذه المعطيات أو النتائج الكمية، وذلك من خلال القراءة المُعمّقة للمواد التحريرية المُقدّمة في المجلة محل التحليل، بالإضافة إلى الملاحظات النوعية، التي تحصّلت عليها الباحثة أثناء تحليلها لعينة الدراسة.

ثانياً: مُجتمع الدراسة

وقع الاختيار على دراسة مجلة «حاتم»، لتُمثّل أنموذجاً لمجلات الأطفال الأردنية؛ كونها كانت تصدر عن أكبر مؤسسة صحفية محليّة، كما أنها- أي المجلة- كانت تُعدّ أهم مجلة أردنية موجّهة إلى الأطفال والأكثر توزيعاً بينها.

تأسيساً على ما تقدّم، تمثّل مُجتمع الدراسة في مضامين جميع الأعداد الصادرة عن مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، التي كانت تصدر شهرياً عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»، منذ إصدار العدد الأول منها يوم 1998/11/14، ولغاية صدور قرار إيقافها يوم 2013/5/15، بما مجموعه (168) عدد.

---

(143) Denzin,N.K _and Lincoln, Y. S. **Hand book of Qualitative Research**, 2nd Ed. Thousand Oaks-CA: Sage Publications, P.769, 2000.

(144) Patton, M. Q. **Qualitative Research and Evaluation Methods**, 3rd Ed. Thousand Oaks-CA: Sage Publications, P.460, 2002.

ثالثاً: عيّنة الدراسة

تم سحب عيّنة (عمديّة – صناعية)، قوامها (12) مفردة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بتطبيق الشهر الصناعي وفق الأسلوب الآتي: اختيار عدد واحد من كل سنة، بدءً من عام 2001 إلى عام 2012، إذ تم اختيار أول عدد مُتاح من المجلة المبحوثة، وهو عدد شهر (كانون الأول/ ديسمبر) من عام 2001؛ إذ إن جميع الأعداد السابقة له غير مُتاحة، وبالتالي تعذر على الباحثة الحصول على أي منها، ومن ثم تم اختيار عدد شهر (كانون الثاني/ يناير) من عام 2002، وعدد شهر (شباط/ فبراير) من عام، 2003، وهكذا إلى أن تم اختيار عدد شهر (تشرين الثاني/ نوفمبر) من عام 2012، وبذا تكون العيّنة قد غطت جميع أشهر السنة.

ومن الجدير ذكره هنا، أن سحب العيّنة وفق أسلوب الشهر الصناعي، جاء متفقاً أولاً مع دورية صدور المجلة المبحوثة، والتي كانت تصدر شهرياً، فضلاً عن دأبها على نشر مضامينها ضمن زوايا وأبواب ثابتة أو شبة ثابتة في كل عدد، علماً بأن كل زاوية من تلك الزوايا، كان يغلب على طابعها التخصص في مجال مُعيّن؛ كالمجال الاجتماعي، أو العلمي، أو التاريخي، أو الجغرافي، أو الديني، أو الرياضي، وغيرها من المجالات؛ مما وسم أعداد المجلة بالتماثُل أو (التشابُه) إلى حدٍ كبير، وأخيراً ارتباط موادها بالأحداث والمنُاسبات الإنسانية، أو الوطنية، أو الدينية، المُتزامنة مع صدور كل عدد؛ مما أدى إلى تشابه موضوعات المجلة المطروحة في كل مُناسبة.

من جهة ثانية، يُعدّ حجم هذه العيّنة مُناسباً، في ظل دراسة وتحليل كافة المواد التحريرية، التي تضمنها العدد الواحد من الأعداد الخاضعة للتحليل؛ إذ تم تحليل الغلاف، والصور، والرسوم، وحتى الإعلانات الواردة في كل عدد، إلى جانب كافة المضامين الصحفية والأدبية ومواد التسلية والترفيه المنشورة فيه. كما يتناسب حجم العيّنة أيضاً، مع حجم مُجتمع الدراسة الكلي، والذي لم يتجاوز (168) مفردة.

عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»

السنة	الشهر	رقم العدد
2001	كانون الأول / ديسمبر	37
2002	كانون الثاني / يناير	38
2003	شباط / فبراير	51
2004	آذار / مارس	63
2005	نيسان / ابريل	73
2006	أيار / مايو	86
2007	حزيران / يونيو	99
2008	تموز / يوليو	112
2009	آب / أغسطس	125
2010	أيلول / سبتمبر	138
2011	تشرين الأول / أكتوبر	151
2012	تشرين الثاني / نوفمبر	164

رابعاً: أداة الدراسة

تمثّلت أداة الدراسة في صحيفة تحليل المضمون؛ إذ تم تصميم وبناء صحيفتين خاصتين بتحليل (مضمون وشكل) عيّنة الدراسة من إعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، تتناسبان مع أغراض الدراسة، وقادرتان على تحقيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها، وذلك في ضوء ما يأتي: أنظر ملحق رقم (11) وملحق رقم (12).

أ. مُراجعة الأدبيات النظرية حول مناهج وأساليب البحث العلمي وتحليل المضمون الإعلامي.

ب. الاطلاع على بنود فئات التحليل المُستخدمة في الدراسات السابقة.

ج. مُراعاة الأهداف والتساؤلات التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها والإجابة عنها.

وحدة التحليل

لمّا كان تحليل المضمون يسعى إلى وصف عناصر المضمون وصفاً كمياً؛ فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات وفئات وعناصر مُعيّنة؛ حتى يُمكن دراسة كل عنصر أو فئة منها، وحساب التكرارات الخاصة بها.[145]

وتُشير وحدات التحليل إلى "جوانب الاتصال التي سيتم إخضاعها للتحليل، وسيتم عليها القياس أو العد مباشرة".[146] وذهب الباحثون والخبراء، إلى تحديد خمس وحدات رئيسة في تحليل المضمون، هي: الكلمة، الموضوع أو الفكرة، الشخصية، الوحدة الطبيعية (المفردة)، المساحة أو الزمن بحسب طبيعة الوسيلة المبحوثة؛ فوحدات التحليل تتنوّع وفقاً لهدف الدراسة، وتبعاً لقدرة الوحدة على الإيفاء بغرض ذلك الهدف.[147]

وانطلاقاً من أغراض هذه الدراسة، ومشكلتها وأهدافها، تم استخدام **الوحدة الطبيعية للمادة الإعلاميّة (المفردة)** كوحدة للتحليل، وهي الوحدة الإعلاميّة المُتكاملة، التي تُستخدم لتقديم المادة إلى الجمهور المُتلقي.[148]. وتحددت في هذه الدراسة، بجميع الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في مجلة «حاتم»، واشتملت على: الأخبار، والتقارير، والتحقيقات، والمقالات، والقصص، والألعاب، والمُسابقات، والصور، والرسوم، والإعلانات التجارية، وغيرها من الأشكال والفنون التحريرية، التي تتضمنت المعلومات والقيم.

أمّا فيما يتعلّق بغايات التعرّف على نوعيّة المعلومات والقيم، التي تضمّنتها المجلة محل الدراسة، فقد تم احتساب المعلومات والقيم ذات التكرار العالي ضمن الفن التحريري الواحد.

---

[145]() حسين، سمير محمد، 2006، مرجع سابق، ص259.

([146]) إسماعيل، محمود حسن، 2011-ب، مرجع سابق، ص180.

([147]) الحيزان، محمد بن عبد العزيز، **البحوث الإعلاميّة أسسها أساليبها مجالاتها**، ط.2، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2004، ص140.

[148]() حسين، سمير محمد، **تحليل المضمون: تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته استخداماته الأساسية، وحداته وفئاته، جوانبه المنهجية، تطبيقاته الإعلاميّة**، ط.1، القاهرة: عالم الكتب، 1983، ص81.

فئات ومؤشرات التحليل

يُقصد بفئات التحليل "تلك التصنيفات التي يضعها الباحث استناداً إلى طبيعة موضوع ومشكلة الدراسة، كوسيلة يُعتمد عليها في حساب تكرارات المعاني، وكلما كانت الفئات مُحددة بصورة واضحة، كلما كانت نتائج البحث أيضاً واضحة ومُحددة".(149) في حين تُشير المؤشرات إلى "المفهوم أو التعريف الذي تعنيه كل فئة تحليلية، والإطار الذي يُحدد استخدامها في القياس، ويُبين للباحث حدود هذا الاستخدام".(150) وتنقسم الفئات في معظم الدراسات الإعلاميّة إلى فئتين، تتضمن الأولى الإجابة عن سؤال (**ماذا قيل؟**)، والثانية تُجيب عن سؤال (**كيف قيل؟**).

وتماشياً مع طبيعة هذه الدراسة، تم تحديد فئة التحليل من خلال التعامل مع المضمون الذي تحتويه المادة الإعلاميّة للإجابة عن السؤال (ماذا قيل؟)؛ إذ إن الإجابة عن هذا السـؤال، تتناول مادة المضمون والأفكار والمعاني التي يحتويها؛ بقصد الكشف عن مراكز الاهتمام في هذا المضمون.

فضلاً عما سبق، استلزمت الدراسة معرفة الشكل الذي قُدّمت فيه المعلومات والقيم على صفحات المجلة محل التحليل؛ لذا كان من الضروري تحليل شكل المادة الإعلاميّة إلى عناصرها ومكوناتها؛ بهدف الوقوف على تفاصيل تقديم المادة الإعلاميّة ومُتابعتها من حيث الشكل، والإجابة عن السؤال (كيف قيل؟)، ولتكون النتائج النهائية مُعبّرة عن الشكل والمضمون في آنٍ معاً.

بناءً على ما تقدّم، تم إجراء دراسة استطلاعية تمثّلت بتطبيق التحليل المبدئي(151) (152) (153) على عيّنة عشوائية مُصغّرة من العيّنة الأصلية الخاضعة للدراسة؛ بغرض تحديد العناصر المكونّة لوحدات التحليل النهائي، والتي اتُخذت أساساً للتصنيف. وقد تم تطبيق التحليل المبدئي على ثلاثة أعداد من مجلة «حاتم» تم اختيارها عشوائياً؛ الأمر الذي ساعد في تحديد فئات التحليل ووحداته، تحديداً يرتبط ـبالمشكلة البحثية، وبطبيعة المضمون موضوع التحليل، وكميته، وشكله، وذلك على النحو الآتي:

❶ فئات تحليل الموضوع (ماذا قيل؟)

تم تحديد إحدى عشرة فئة رئيسة، قام على أساسها تحليل كافة المضامين المنشورة في عيّنة البحث، من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»؛ بغية التعرّف على المعلومات والقيم المُتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

---

(149) عمر، السيد أحمد مصطفى، 2008، مرجع سابق، ص238.

(150) حسين، سمير محمد، 1983، مرجع سابق، ص92.

(151) **التحليل المبدئي:** هو تحليل كيفي يجري على عينات أصغر من الوثائق؛ لغرض تحديد العناصر المكونة لوحدات التحليل النهائي، التي ستتخذ أساساً للتصنيف، كما يُعدّ خطوة ضرورية كدراسة استطلاعية، يلجأ إليها الباحث قبل البدء في الدراسة التحليلية؛ لتحقيق عدد من الوظائف المرتبطة بإجراءات التحليل ونتائجه، بالإضافة إلى الوظائف الخاصة بالاقتراب من المشكلة العلمية وفروضها، بوصفه قريباً من مفهوم الدراسة الاستطلاعية التمهيدية لمشروع التحليل الكمي.

(152) سميسم، حميدة. **الرأي العام وطرق قياسه**، ط.1، عمّان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع، 2002، ص73.

(153) علي، أسامة عبد الرحيم، 2006، مرجع سابق، ص153.

واشتملت هذه الفئات على: مصدر المادة، المجال الجغرافي لتغطية المادة، المستوى اللغوي المُستخدم، المعلومات المُتضمّنة، القيم المُتضمّنة، صور الفاعل، اتجاه المادة، هدف المادة، الأسلوب المُستخدم، نوع الفئة المُستهدفة (الجندر)، المرحلة العُمرية المُستهدفة. وفيما يأتي تعريفاً لكل فئة من هذه الفئات الرئيسة، مع إيضاح الهدف منها؛ بما يخدم أهداف الدراسة ويُجيب عن أسئلتها.

أولاً: فئة مصدر المادة: عرّف عصام الموسى المصدر بأنه: "من يعمل على إنتاج رسالة مُحمّلة بالمعاني، يوجّهها عبر وسائل اتصال آليّة إلى الجمهور المُتلقي".[154]

وعليه، تهدف هذه الفئة التحليلية إلى الكشف عن كاتب أو (مُنشئ) أو (مُنتج) المادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل التحليل. وقد تم تحديد اثني عشر مصدراً، هي: مُحرر المجلة، أديب، شاعر، مُترجم، كاتب سيناريو، أحد قراء المجلة من الأطفال، مصور، رسام، طبيب، مصدر أخر، غير مُحدد المصدر.

ثانياً: فئة المجال الجغرافي لتغطية المادة: تهدف هذه الفئة إلى التعرّف على المكان ذي العلاقة بالمادة التحريرية المنشورة؛ بقصد الكشف عن الأهميّة النسبية التي توليها المجلة محل الدراسة، للمعلومات والقيم المحليّة والعربية والعالمية؛ إذ ليس من المقبول في مجلات الأطفال التركيز فقط على الموضوعات المحليّة وإغفال الموضوعات العربية والعالمية، خاصة وان الأطفال يتسمون بالفضول وحب الاستطلاع والاكتشاف، ويتطلعون إلى معرفة الأخبار التي تهمهم في مُجتمعهم والعالم من حولهم.

وتُعرّف فئة المجال الجغرافي لتغطية المادة إجرائياً ضمن حدود هذه الدراسة بأنها: المنطقة الجغرافية التي تتناولها أو تدور حولها المادة التحريرية المنشورة في المجلة. وقد تم تحديد خمسة مجالات جغرافية، هي: محلي، عربي، دولي، عالمي عام، غير مُحدد.

ثالثاً: فئة المستوى اللغوي المُستخدم: تُشير هذه الفئة التحليلية إلى اللغة المُستخدمة في تحرير وصياغة مضامين مواد المجلة. واشتملت هذه الفئة التحليلية على خمس فئات فرعية، أمكن من خلالها تحديد المستويات اللغوية المُستخدمة في المجلة موضوع الدراسة، هي: الفصيحة التراثية، الفصيحة المُعاصرة، اللهجة العامية، المُختلطة بين الفصيحة المُعاصرة واللهجة العامية، أخرى.

رابعاً: فئة المعلومات المُتضمّنة: والتي تهدف إلى التعرّف على نوعيّة المعلومات المُتضمنة في المجلة موضوع البحث. والمعلومات وفق تعريف عاطف عدلي عبيد هي: "أي معرفة تُكتسب من خلال الاتصال، أو البحث، أو التعليم، أو الملاحظة، عن الناس والأماكن والأشياء والموضوعات".[155]

---

[154] الموسى، عصام، 2009، مصدر سابق، ص88.

ولأهداف هذه الدراسة، فإن المعلومات تُعرّف إجرائياً بأنها: أيّة حقيقة، أو مفهوم، أو تعميم، أو فكرة، أو معرفة جديدة، في أيّ مجال، أو عن أيّ موضوع، أو مكان، أو شخص، تُقدّمها المادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل التحليل إلى الطفل. واشتملت هذه الفئة التحليلية على أربع عشرة فئة فرعية، هي: معلومات اجتماعية، معلومات صحية وطبية، معلومات تاريخية، معلومات جغرافية، معلومات علمية، معلومات دينية، معلومات أدبية، معلومات سياسية، معلومات اقتصادية، معلومات رياضية، معلومات فنية، معلومات ثقافية، معلومات ترفيهية، معلومات أخرى.

خامساً: فئة القيم المُتضمّنة: والتي تهدف إلى التعرّف على القيم التي تضمّنتها المجلة موضوع البحث. ويُقصد بالقيم: "كل صفة ذات أهميّة لاعتبارات نفسية أو اجتماعية أو أخلاقية أو جمالية، وتتسم بسمة الجماعية في الاستخدام)".[156]

وبعد الاطلاع على أشهر المقاييس العالمية لتصنيف القيم، مثل: مقياس (وايت) White، ومقياس (مهلنجر) Mehlinger، ومقياس (روكيش) Rokeac، ومقياس (شبرانجر) Spranger، وبالاستفادة من الدراسات السابقة، وبالاعتماد على نتائج الدراسة الاستطلاعية التي أُجريت على عيّنة عشوائية مُصغّرة من العيّنة الكلية للدراسة؛ ارتأت الباحثة بناء تصور لتصنيف القيم، يكون خاصاً بأغراض هذه الدراسة، وأكثر ملائمة لها من حيث هدفها وطبيعة بياناتها.

وقد تم بناء هذا التصور بالاستناد إلى المقياس الذي طرحه عالم النفس التربوي والفيلسوف الألماني (ادوارد سبرانجر) Eduard Spranger، في كتابه المعروف **Types of Men** أو **أنماط الرجال**[157]

والذي اشتمل على ستة أنماط من القيم، تمثّلت في: مجموعة القيم النظرية، ومجموعة القيم الاقتصادية، ومجموعة القيم الدينية، ومجموعة القيم الجمالية، ومجموعة القيم الاجتماعية، وأخيراً مجموعة القيم السياسية. إلا أنه وبسبب الطبيعة الخاصة بدراستنا، آثرت الباحثة إضافة مجموعتي القيم الأخلاقية والذاتية إلى المقياس السابق، ليشتمل التصنيف بذلك على ثمان مجموعات قيمية، تتضمن داخلها ما مجموعه (67) قيمة، بالإضافة إلى ثمانية حقول مفتوحة لقيم أخرى.

سادساً: فئة صور الفاعل: تُساعد هذه الفئة التحليلية في الكشف عن الفاعل المؤثر في الأحداث أو الوقائع المُتضمّنة في المادة.[158] ويُقصد بها إجرائياً ضمن حدود هذه الدراسة بأنها: هيئة الفاعل أو (البطل) الذي تدور حوله المادة

([155]) عبيد، عاطف عدلي العبد، **مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية والإسهامات العربية**، القاهرة: دار الفكر العربي، 1997، ص18.

([156]) يوسف، عبد التواب، **أطفالنا وعصر العلم والمعرفة**، سلسلة فصول في ثقافة الطفل، دمشق: دار الفكر المُعاصر، 2002، ص162.

([157]) Teo, T. "**Eduard Spranger**". In Kazdin A. E. (Editor.), **Encyclopedia of psychology**. Vol.7, pp.458-459. New York: Oxford University Press, 2000, p.458-459.

([158]) إسماعيل، محمود حسن، 2011-ب، مرجع سابق، ص184.

التحريرية، أو الذي وردت على لسانه المعلومات والقيم المُتضمّنة في المادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل التحليل، والتي تُسهم في تشكيل الصور الذهنية لدى الأطفال حول الموضوعات المطروحة في المجلة. وقد تم تحديد ست فئات فرعية، هي: إنسان، حيوان، نبات، جماد، أخرى، بلا فاعل.

سابعاً: فئة اتجاه المادة: تُشير هذه الفئة إلى عنصر القوة أو الإثارة الذي عولجت به المادة الصحفية المنشورة.(159) فيما تُعرّف إجرائيا، بمدى التأييد أو الرفض أو الحياد، في مضمون المادة التحريرية المنشورة في المجلة موضوع الدراسة، تجاه المواقف أو القضايا أو الموضوعات المُتضمّنة فيه. وقد تم تحديد أربع فئات فرعية ضمن هذه الفئة التحليلية، هي: مؤيّد، مُعارض، مُحايد، مُختلط.

ثامناً: فئة هدف المادة: هي الفئة الخاصة بالكشف عن التأثير المتوخى تحقيقه على الجمهور المُستهدف من الأطفال، بعد قراءتهم للمادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل التحليل. ويشير مصطلح التأثير إلى: "التغيير في الإدراك، الذي ينجم عند المُتلقي نتيجة رسالة المُرسل".(160)

ولأغراض هذه الدراسة، فإن فئة هدف المادة تُعرّف إجرائياً بأنها: الهدف النهائي الذي يسعى إليه القائم بالاتصال، أو النتيجة المتوخى تحقيقها على جمهور القراء من الأطفال، جراء قراءتهم للمواد التحريرية المنشورة على صفحات المجلة. وتبعاً لذلك، تم تحديد ستة عشر هدفاً ضمن هذه الفئة التحليلية الرئيسة، هي: إيصال معلومات، غرس قيم، مُختلط بين إيصال المعلومات وغرس القيم، إكساب السلوك، نقل عادات وتقاليد المجتمع الأردني، نقل التراث، تنمية مهارات الاستطلاع والاكتشاف، تنمية الخيال والتفكير، تنمية الابتكار والإبداع، تنمية الميول والمهارات، تنمية التذوق الجمالي والفني، إعطاء قدوة، حل مشكلات، إبداء رأي، التسلية والترفيه، أخرى.

تاسعاً: فئة الأسلوب المُستخدم: ويُقصد بها طريقة عرض المادة التحريرية على صفحات المجلة محل التحليل، وذلك من حيث كونها طريقة مبُاشرة، أو غير مُباشرة.

عاشراً: فئة نوع الفئة المُستهدفة (الجندر): والتي تهدف إلى التعرّف على النوع الاجتماعي أو (الجندر) الذي تتوجّه إليه المادة التحريرية المنشورة في المجلة المبحوثة، وذلك بقصد الكشف عما إذا كانت مضامين هذه المجلة، مُتحيزة لفئة معيّنة من جمهورها المُستهدف أم لا؛ كأن تتوجه النسبة الأكبر من موادها التحريرية إلى مخاطبة الذكور تحديداً، أو إلى الإناث فقط، أو أنها تتوجه إلى الذكور والإناث من جمهور القراء من الأطفال، دونما تحديد.

أحد عشر: فئة المرحلة العُمرية المُستهدفة: والتي تهدف إلى التعرّف على المرحلة العُمرية، التي ينتمي لها الجمهور المُخاطب في المادة التحريرية المنشورة على صفحات المجلة. وأمكن الاستدلال بواسطتها على الفئة

---

(159) حسين، سمير محمد، 2006، مرجع سابق، ص269.
(160) الموسى، سليمان،2009، مرجع سابق، ص91.

العُمرية المُستهدفة بالمواد المنشورة في المجلة مدار البحث، من خلال طبيعة الموضوع نفسه، ومن المستوى اللغوي المُستخدم في صياغته وتحريره، وحتى من أسلوب الإخراج الصحفي المُستخدم في إبرازه على صفحات المجلة. وتبعاً لذلك، تم تحديد خمس مراحل عمرية، هي: مرحلة الطفولة المتوسطة، مرحلة الطفولة المتأخرة، مرحلة المراهقة، مُختلطة، أخرى.

❷ فئات تحليل شكل المضمون (كيف قيل؟)

تُعتبر هذه الفئة التحليلية الأساسية، مُكمّلة لفئة تحليل الموضوع (ماذا قيل؟)؛ إذ لا يُمكن تحليل المضمون، دون التعرّف على شكل تقديم هذا المضمون، خاصة وأن طريقة التقديم قد تُضعف المضمون، أو قد تقويه وتُبرزه.[161]

تبعاً لما تقدّم، تم تحديد ثماني فئات رئيسة لتحليل شكل كافة المضامين المنشورة في عيّنة الدراسة؛ بغية التعرّف على وسائل إبراز المعلومات والقيم التي تضمّنتها المجلة محل التحليل. واشتملت هذه الفئات على: الأشكال والفنون التحريرية المُستخدمة، موقع المادة، مساحة المادة، العناوين، الألوان، الإطارات، الصور الفوتوغرافية، الرسوم. وفيما يأتي تعريفٌ لكل فئة من هذه الفئات، مع توضيحٍ لأهدافها وفئاتها الفرعية.

أولاً: فئة الأشكال والفنون التحريرية: يُعرف التحرير الصحفي عموماً بأنه: "فن تحويل الوقائع والأحداث، إلى كلمات مقروءة في قوالب فنية تتخذ أشكالاً مُتعددة، تُحقق في النهاية وظائف الصحافة المُختلفة، من معرفة، وتثقيف، وتوجيه، وتسلية، وترفيه".[162] في حين يُشير تحرير المجلة إلى: "تحويل المادة المكتوبة والمصورة والمرسومة، إلى شكلٍ صحفي يُناسب قراء المجلة".[163]

وفي هذه الدراسة، فإن فئة الأشكال والفنون التحريرية تُعرّف إجرائياً على أنها: القوالب والأنواع الكتابية المُستخدمة، في صياغة وتحرير مواد المجلة محل التحليل؛ بهدف التعرّف على الأشكال أو الأنماط التحريرية التفضيلية، التي استخدمتها المجلة مدار البحث، في تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل القارئ. واشتملت هذه الفئة التحليلية الرئيسة على: فئة الفنون الصحفية، وفئة الفنون الأدبية، وفئة أشكال فنية أخرى، وذلك على النحو الآتي:

① **فئة الفنون الصحفية:** يُقصد بها "الأشكال التي تأخذها المادة الصحفية عند تقديمها للجمهور، وهي متنوّعة ويُمكن التمييز بينها وفق عدة أسس".[164] وقد تم تحديد إحدى عشرة فئة فرعية، هي: خبر صحفي، تقرير صحفي، تحقيق صحفي، حديث صحفي، مقال، بريد القراء، كاريكاتير، صور فوتوغرافية، رسوم، إعلان، أخرى.

---

(161) إسماعيل، محمود حسن، 2011-ب، مرجع سابق، ص184.

(162) إبراهيم، إسماعيل، **فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق**، ط.3، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص5.

(163) عبد المجيد، ليلى، وعلم الدين، محمود، **فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات**، القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع، 2004، ص121.

(164) نصر، حسني، وعبد الرحمن، سناء، **التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي**، ط.2، العين: دار الكتاب الجامعي، 2009، ص36.

② **فئة الفنون الأدبية:** والتي تهدف إلى التعرّف على أنواع الكتابة الأدبية المُستخدمة في تحرير مواد المجلة محل التحليل، والأدب في عمومه هو: "أحد أشكال التعبير الإنساني عن مُجمل عواطف الإنسان، وأفكاره، وخواطره، وهواجسه، بأرقى الأساليب الكتابية، التي تتفرع إلى الأدب الشعري والأدب النثري".[165]

في حين يُشير أدب الأطفال إلى: "الآثار الفنية الجميلة، التي تُصوّر أفكاراً وأحاسيس وأخيلة، تتفق ومدارك الأطفال، وتترك في نفوسهم المُتعة والسرور، وتُنمّي لديهم قيماً مرغوباً فيها، وتتخذ أشكال القصة والشعر المسرحي، والمقالة، والأغنية، وغيرها".[166] وقد تم تحديد سبع فئات فرعية ضمن فئة الفنون الأدبية، هي: قصة، قصة مصورة، مُسلسل مصور، شعر، سير وتراجم، حكم وأمثال، أخرى.

③ **فئة الأشكال التحريرية الأخرى:** تحددت هذه الفئة بمواد التسلية والترفيه المنشورة على صفحات المجلة المبحوثة، مُتمثّلة بالألعاب المتنوّعة والمُتجددة؛ كالمتاهات، والكلمات المُتقاطعة، والفروق بين الصور المتشابهة، بالإضافة إلى الأحاجي والألغاز، والطرائف والابتسامات، وغيرها من المواد التي تهدف إلى كسر رتابة صفحات المجلة، والى تسلية وإمتاع الطفل القارئ بما هو مفيد. وقد تم تحديد سبع فئات فرعية، هي: فكاهات وطرائف، أحاجي وألغاز، مُسابقات، كلمات مُتقاطعة، رسوم للتلوين، تسالي وألعاب، أخرى.

ثانياً: فئة موقع المادة: ويُقصد بها مكان أو موضع نشر المادة التحريرية في المجلة محل التحليل. ويُشار إلى أن موضع المادة الإعلاميّة يعكس أهميّتها، خاصة مع اختلاف أهميّة صفحات المجلة؛ فالمواد التي تُنشر في الصفحات الأولى، تختلف في أهميّتها عن المواد التي تُنشر في الصفحات الأخيرة.[167] واشتملت هذه الفئة التحليلية على سبعة فئات فرعية، هي: الغلاف الأول، بطن الغلاف الأول، النصف الأول من المجلة، صفحتا الوسط أو (قلب المجلة)، النصف الثاني من المجلة، بطن الغلاف الأخير، الغلاف الأخير.

ثالثاً: فئة مساحة المادة: ويُقصد بها إجرائياً الحيز المكاني الذي تشغله المادة التحريرية في المجلة محل الدراسة، بما تشمله هذه المادة من عناوين وصور ورسوم وأشكال أخرى مُرافقة.

ومن الجدير ذكره، أن مساحة نشر المادة الصحفية، تعكس أهميّتها وحجم بروزها؛ إذ كلما زاد المساحة المُتاحة لعرض المادة، كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام بمضمونها.[168] [169] وتُقدّر المساحة في هذه الدراسة بالصفحة وأجزائها؛ إذ تم تجزئيها إلى: أقل من ربع صفحة، ربع صفحة فأكثر، نصف صفحة فأكثر، صفحة، صفحتين، أكثر من صفحتين.

---

[165]() شوندي، حسن، وكريم، آزاده، **"رؤية إلى العناصر الروائية"**، ***فصلية دراسات الأدب المعاصر***، ع.10، 2012، ص50.
([166]) مفلح، غازي **دليل تدريس اللغة العربية فى مناهج التعليم العام**، ط.1، الرياض: مكتبة الرشد، 2007، ص356.
[167]() إسماعيل، محمود حسن، 2011-ب، مرجع سابق، ص185.
([168]) حداد، نبيل، **فى الكتابة الصحفية: السمات، الأشكال، القضايا، المهارات، الدليل**، ط.2، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، 2011، ص80.
[169]() حسين، سمير محمد، 2006، مرجع سابق، ص269 – ص270.

رابعاً: فئة العناوين: والتي تهدف إلى التعرّف على أنواع عناوين المواد التحريرية المنشورة في المجلة؛ لما تتميز به العناوين من أهميّة ومكانة في (تيبوغرافيا) المجلات، ولإسهاماتها الأساسية كذلك، في التعريف بطبيعة المجلة وتحديد هيكلها العام.[170]

ويُعرّف العنوان بأنه: "السطر، أو مجموعة الأسطر، التي جُمعت بحروف كبيرة، لتسبق موضوعاً أو قصةً خبرية، وتُلخص هذا الموضوع أو القصة الخبرية". [171]

في حين يُقصد بالعناوين إجرائيا في هذه الدراسة: العبارات أو الجمل التي تتصدر المواد التحريرية المنشورة في المجلة محل التحليل، والمُتصلة بها، وترتبط بها ارتباطاً وثيقاً، وتدل على مضامينها، وتُعبّر عنها. واشتملت هذه الفئة على ثمان فئات فرعية، هي: عنوان غلاف، عنوان رئيسي، عنوان تمهيدي، عنوان فرعي، عنوان جانبي، عنوان ثابت، أخرى.

خامساً: فئة الألوان: تهدف هذه الفئة التحليلية، إلى التعرّف على طبيعة الألوان المُستخدمة في الإخراج الصحفي للمواد التحريرية المنشورة في المجلة موضوع البحث؛ بهدف جذب انتباه الطفل للوحدات التي تتضمنها، سواء كان ذلك في الصور والرسوم، أو في الأرضيات التي تُطبع عليها الوحدات الطباعية.

واللون بوجه عام هو: "ذلك الإحساس البصري الناشئ عن سقوط أشعة الضوء على أسطح الأشكال، والذي بواسطته يمكن التمييز بين الأشكال، ويُعتبر من العناصر الأساسية للتصميمات الفنية".[172] والألوان في هذه الدراسة هي: "تلك التأثيرات الطباعية غير السوداء، التي تكتسبها العناصر الطباعية المُستخدمة في بناء وحدات الصفحة".[173] واشتملت هذه الفئة الرئيسة على ست فئات فرعية، أمكن من خلالها تحديد نوعيّة الألوان المُستخدمة في المجلة موضوع الدراسة وطريقة مزجها، هي: طبيعية، صناعية، مُختلطة بين الطبيعية والصناعية، مُنفصلة، مُركّبة، مُختلطة بين المُنفصلة والمُركّبة.

سادساً: فئة الإطارات: يُقال لها (البراويز) بالعامية، وهي "مساحات رباعية الشكل، أضلاعها فواصل أو أسيجة، تُحيط بمادة مطبوعة على عامود أو أكثر، وتفصلها عن سائر المواد".[174] في حين عرّفها الصويعي(1998) [175]

([170]) الرماضنة، أمنة حسين، 2014، مرجع سابق، ص77.
[171]() حمزة، عبد اللطيف، **المدخل فى فن التحرير الصحفى**، ط.5، القاهرة: دار الفكري العربي، 2002، ص191 – ص192.
[172]() الزيات، غادة أحمد محمد حسن، **"الإخراج الفني والرسوم التوضيحية في مجلة الناشيونال جيوجرافيك"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة حلوان، حلوان، مصر، 2002، ص145.
([173]) العسكر، فهد بن عبد العزيز بدر، **الإخراج الصحفي: أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة**، ط.1، الرياض: مكتبة العبيكان، 1998، ص66.
([174]) همّام، طلعت، (1984). **مائة سؤال عن الإخراج الصحفي**، ط.1، عمّان: دار الفرقان للنشر والتوزيع، 1984، ص100.
[175]() الصويعي، عبد العزيز سعيد، **الإخراج الصحفى والتصميم بين الأفكار والأقلام والحواسيب**، ط.1، بيروت: دار الملتقى للطباعة والنشر،1998، ص314.

بأنها: "عبارة عن أربعة خطوط وأربع زوايا مُتقابلة، تضم مادة كلامية مُعيّنة وبحجم مُعيّن". وقد يُحيط الإطار بمادة تحتل صفحتين كاملتين، أو صفحة واحدة، أو جزءاً من صفحة، أو عاموداً واحداً، أو جزءاً من عامود، أو صورة، أو رسمه.

ويُقصد بالإطارات إجرائياً في هذه الدراسة: تلك المساحات التي تُحيط بوحدة طباعية منشورة في المجلة محل التحليل، وتفصلها عن جميع الوحدات الطباعية الأخرى، وتُبرزها. وقد تم تحديد ست فئات فرعية ضمن فئة الإطارات، هي: مُسطّحة، زخرفيّه، مُجسّمة، مرسومة، مُختلطة، بلا إطارات.

سابعاً: فئة الصور الفوتوغرافية: والتي تهدف إلى التعرّف على نوعيّة الصور الفوتوغرافية المرافقة للمواد التحريرية، بوصفها إحدى وسائل إبراز المواد التحريرية المنشورة على صفحات المجلة محل الدراسة. وقد تم تحديد خمسة أنواع لهذه الصور، هي: إخبارية، شخصية، موضوعية، جمالية، إعلانية.

ثامناً: فئة الرسوم: والتي تهدف إلى التعرّف على نوعيّة الرسوم المُصاحبة للمواد التحريرية، بوصفها إحدى وسائل إبراز المواد التحريرية المنشورة على صفحات المجلة موضوع الدراسة. وقد تم تحديد أربعة أنواع لهذه الرسوم، هي: تعبيرية، شخصية، توضيحية، جمالية.

المعايير التي تم مُراعاتها أثناء تحليل المضمون

أ- تخصيص (صحيفتي تحليل) مُستقلتين لكل عدد من أعداد مجلة «حاتم» في التحليل الكمي، مع تخصيص جزء من هاتين الصحفيتين للتحليل الكيفي، الذي تم بالصورة الآتية: قراءة مادة التحليل ومن ثم تسجيل مُلاحظات أو تعليقات عنها؛ ليتم الاستعانة بها في تفسير النتائج الكمية في ضوء الدراسة النظرية.

ب- استبعاد تحليل باب (أصدقاء حاتم) الذي ينشر صور الأطفال وأسماءهم للتعارف، وزاوية (ردود سريعة)، التي تختص بنشر ردود وتعليق أحد مُحرري «حاتم» حول المواد التحريرية المُرسلة من الأطفال لغايات نشرها في المجلة؛ لأن هذين البابين أو الركنين، لا يُقدّمان أيّة معلومات أو قيم للطفل القارئ للمجلة، وهو ما تبحث عنه هذه الدراسة.

ج- قراءة كل وحدة من وحدات التحليل، ثم تحديد الفئات التي تضمّنتها في ضوء التعريفات الإجرائية لفئات التحليل الرئيسة والفرعية والثانوية.

خامساً: صدق الأداة

يُقصد بصدق أداة جمع المعلومات والبيانات: اختبار مدى قدرتها على قياس ما تسعى الدراسة إلى قياسه فعلاً، بحيث تتطابق المعلومات التي يتم جمعها بواسطتها مع الحقائق الموضوعية، وبحيث تعكس المعنى الحقيقي والفعلي للمفاهيم الواردة بالدراسة بدرجة كافية.[176]

وعليه، فإن اختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة البحث أو المقياس المُستخدم في الدراسة وصلاحيته، سواء في جمع البيانات أو قياس المُتغيرات، بدرجة عالية من الكفاءة والدقة؛ وذلك لضمان عدم تسرب التحيّز أو الخطأ في أي مرحلة من مراحل البحث، بما قد يؤثّر على صلاحية الأدوات المنهجية المُستخدمة في الدراسة، وبالتالي ضمان ارتفاع مستوى الثقة فيها.

ولتحقيق هذه الغاية، تم إتباع صدق المضمون أو (الصدق المنطقي)[177] للحكم على صدق أداة الدراسة (صحيفتا تحليل مضمون وشكل عيّنة الدراسة)، من خلال إتباع عدد من الخطوات، التي من شأنها تحقيق درجة الصدق والصحة لتحليل المضمون، وذلك على النحو الآتي:

1- التحديد الدقيق لوحدة التحليل وفئاته، وتعريف كل فئة تعريفاً دقيقاً واضحاً وشاملاً.

2- التأكد من شمولية فئات التحليل، من خلال تطبيق التحليل المبدئي على عيّنة عشوائية مُصغّرة من عيّنة الأصلية للدراسة.

3- استخدام طريقة "صدق المُحكمين"، من خلال عرض أداة الدراسة بصورتها الأولية على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص، في مجالات الإعلام والتربية ومناهج البحوث والإحصاء؛ للحكم على شموليتها، وعلى مدى صلاحيتها في قياس ما صُممّت لقياسه، ولإبداء آرائهم في التعريفات المفاهيمية والإجرائية الخاصة بفئات التحليل الرئيسة والفرعية والثانوية. وقد تم الأخذ بملاحظات واقتراحات المُحكمين بعين الاعتبار؛ إذ تم إجراء تعديلات على الأداة في ضوء توصياتهم ومُقترحاتهم، بما يتناسب مع المشكلة البحثية والجوانب التي تقيسها.[178]

سادساً: ثبات الأداة

يُقصد باختبار ثبات أداة جمع المعلومات والبيانات في تحليل المضمون: التأكد من الحصول على نتائج مُتطابقة أو مُتشابهة، إذا ما أُعيد تطبيقها على المضمون نفسه بعد فترة من الزمن، وأن يصل كذلك المحللون

---

[176]() حسين، سمير محمد، 2006، مرجع سابق، ص314.

[177]() صدق المضمون أو (الصدق المنطقي): اختبار يستهدف التأكد من أن أداة جمع المعلومات تتضمن كافة الجوانب والمُتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية، ومدى شموليتها وتمثيلها لموضوع الدراسة والمواقف والجوانب التي تقيسها. (المرجع السابق نفسه).

[178]() للتعرف على أسماء المحكمين انظر إلى ملحق الدراسة.

المُختلفون لنفس النتائج، عند استخدام أداة التحليل نفسها على المضمون ذاته، أو أن يكون بينهم نسبة عالية من الاتفاق.[179]

وللتأكد من ثبات أداة الدراسة، تم إتباع طريقة الاختبار وإعادة الاختبار(Test - Retest)، أو ما يُعرف بثبات الباحث مع نفسه، والذي يتمثل بتحليل جزء من عيّنة الدراسة مرتين في فترتين زمنيتين مُختلفتين، ومن ثم حساب مُعامل الثبات في ضوء نتائج هاذين التحليلين.[180]

ولابد من الإشارة هنا، أن سبب لجوء الباحثة لهذه الطريقة في قياس ثبات أداة الدراسة، عائدٌ لعدم قدرة الباحثة على توفير أي من أعداد المجلة محل التحليل للمُرمزين (المحللين)؛ خاصة في ظل غياب تعاون إدارة «الرأي» مع الباحثة في هذا الشأن.

أمّا عن إجراءات اختبار الثبات، فبعد الانتهاء من عملية بناء وتصميم (صحيفتي التحليل)، والانتهاء كذلك من عملية تحديد وتعريف فئات التحليل وترميزها، قامت الباحثة بتحليل عددٍ عشوائيٍ واحدٍ من أعداد العيّنة الأصلية للدارسة، والذي تضمّن (22) مادة تحريرية، وبعد مُضي أسبوعين على التحليل الأول، أعادت الباحثة تحليل العدد نفسه ووفقاً للأسلوب ذاته، بعد ذلك تم حساب مُعدّل الثبات في ضوء الاتساق (الاتفاق) بين التحليلين باستخدام مُعادلة (هولستي) Holsti الآتية:[181] [182]

$$\text{مُعامل الثبات} = \frac{2 \times \text{ت}}{\text{ن}1 + \text{ن}2}$$

$$\text{أو} = \frac{2 \times \text{عدد حالات الاتفاق بين التحليل الأول والتحليل الثاني}}{\text{مجموع التصنيفات المُرمّزة في التحليلين}}$$

وحيث أن مجموع فئات التحليل الرئيسة هو (21)، فإن عدد التصنيفات المُرمّزة هو (462)، اتفق التحليلين على (431) منها.

وعليه، فإن تطبيق المُعادلة يكون على النحو الآتي: $\frac{431 \times 2}{462 + 462} = 0.93$

إذن؛ مُعامل ثبات أداة الدراسة هو (0.93)، وتُشير هذه القيمة إلى ثبات أداة الدراسة وصلاحيتها للتطبيق؛ بما يُعطي مستوى مُطمئن وثقة عالية في النتائج.

---

(179) إسماعيل، محمود حسن، 1996، مرجع سابق، ص 132.

(180) زغيب، شيماء ذو الفقار، **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلاميّة**، ط.1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2009، ص163.

(181) نقلاً عن ويمر، روجر، ودومينيك، جوزيف، **مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي**، (ترجمة صالح أبو أصبع وفاروق منصور)، ط.1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 2013، ص306، (الكتاب الأصلي منشور سنة 2011).

(182) زغيب، شيماء ذو الفقار،2009، مرجع سابق، ص159.

وبحسب (نيوندروف) Neuendorf عام 2002، فإن مُعامل الثبات يكون مقبولاً في كل الحالات إذا وصل إلى (0.90) فأكثر، في حين أنه يكون مقبولاً في مُعظم الحالات إذا وصل إلى (0.80) أو أكثر، أمّا إذا وصل إلى (0.70) فهو يُعدّ مقبولاً في حالات البحوث الاستطلاعية (الاستكشافية) فقط.[183] [184].

سابعاً: مُتغيرات الدراسة

تضمّنت الدراسة عدداً من المُتغيرات المُستقلة والتابعة، وذلك على النحو الآتي:

(1) المُتغيرات المستقلة: مضمون وشكل مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، واللذان تم دراستهما من خلال المُتغيرات الفرعية الآتية:

أ. المضمون: مصدر المادة، المجال الجغرافي لتغطية المادة، المستوى اللغوي المُستخدم، صور الفاعل، اتجاه المادة، هدف المادة، الأسلوب المُستخدم، نوع الفئة المُستهدفة (الجندر)، المرحلة العُمرية المُستهدفة.

ب. الشكل: الأشكال والفنون التحريرية المُستخدمة، موقع المادة، مساحة المادة، العناوين، الألوان، الإطارات، الصور الفوتوغرافية، الرسوم.

(2) المُتغيرات التابعة: المعلومات والقيم، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

ثامناً: المُعالجة الإحصائية

بعد إتمام إجراءات تحليل مضمون عيّنة الدراسة، تم تصنيف وترميز البيانات الناتجة عن هذا التحليل، ومن ثم إدخالها إلى الحاسوب، حيث جرى مُعالجتها وتحليلها وجدولتها؛ لاستخراج النتائج الإحصائية على شكل تكرارات ونسب مئوية، وذلك باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، المعروفة اختصاراً بـ (SPSS V.20).

(183) نقلاً عن ويمر، ودومينيك، 2013/2011، ص310.
(184) نقلاًعن زغيب، شيماء ذو الفقار، 2009، ص163.

الفصل الرابع: نتائج الدراسة (التحليل الإحصائي)

للإجابة عن تساؤلات الدراسة، ولتحقيق أهدافها المُتمثّلة بالتعرّف على المعلومات والقيم المتضمنة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، إلى جانب الكشف عن وسائل الإبراز، التي تم استخدامها في عرض هذه المعلومات والقيم على صفحات المجلة؛ تم تحليل (12) عدداً من المجلة، وبواقع (548) مادة تحريرية، وذلك في ضوء فئات التحليل الكمي المُحددة في صحيفتي تحليل المضمون والشكل، اللتين تم إعدادهما لهذا الغرض، وكذلك في ضوء التعريفات الإجرائية، التي تم تحديدها لهذه الفئات. وجاءت نتائج التحليل على النحو الآتي:

سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المعلومات والقيم المُتضمنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنيّة «حاتم» وما تراتيبها؟

للإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات المعلومات والقيم، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

أ- المعلومات

جاءت المعلومات الترفيهية في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت (21.8%)، والمعلومات الاجتماعية في المرتبة الثانية بنسبة (16.7%)، تلتها المعلومات العلمية بنسبة إجمالية بلغت (11.5%)، فيما جاءت المعلومات الأخرى (كالمعلومات التجارية، والتقنية، والتربوية، والبيئية) في المرتبة الرابعة بنسبة (11.2%)، من إجمالي المعلومات التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية، ثم المعلومات الثقافية في المرتبة الخامسة بنسبة (7.8%)، تلتها المعلومات الصحية والطبية في المرتبة السادسة بنسبة (7.1%)، في حين كانت المرتبة السابعة من نصيب المعلومات الفنية بنسبة بلغت (4.3%)، تبعتها المعلومات الاقتصادية في المرتبة الثامنة بنسبة (3.9%)، فالمعلومات الدينية في المرتبة التاسعة بنسبة (3.8%)، تلتها المعلومات التاريخية في المرتبة العاشرة بنسبة (3.3%)، فالمعلومات الأدبية بنسبة (3.0%)، ثم المعلومات الجغرافية بنسبة (2.3%)، أمّا المعلومات الرياضية فجاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة، وبنسبة إجمالية بلغت (1.8%)، في حين وردت المعلومات السياسية في عيّنة الدراسة بنسبة محدودة لم تتجاوز (1.5%)، حائزة بذلك على المرتبة الرابعة عشرة والأخيرة.

أظهرت النتائج السابقة، غلبة الطابع الترفيهي على المعلومات المُتضمنة في مجلة «حاتم»؛ الأمر الذي يُمكن تفسيره بحرص المجلة في كل عدد من أعدادها، على نشر مواد التسلية والترفيه؛ من ألعاب، وأحاجي، وألغاز، ومتاهات، بالإضافة إلى نشرها للفكاهات والطرائف، ضمن الزاوية الثابتة (اضحك مع الظرفاء)، التي دأبت المجلة على نشرها في صفحتين.

في الجانب الأخر، تبيّن من الدراسة التحليلية أن المعلومات السياسية وردت بشكل محدود في عيّنة الدراسة، كان ذلك من خلال نشر بعض المواد التحريرية التي اهتمّت باستذكار المُناسبات الوطنية؛ كعيد الاستقلال ومعركة الكرامة، ومن خلال زاوية (ديرتنا)، التي تم استحداثها في السنوات الأخيرة من عمر المجلة؛ للتغني بجمال وحب الوطن، إلى جانب بعض المواد التحريرية، التي تناولت أنظمة الحُكم في بعض دول العالم.

ب- القيم

جاءت مجموعة القيم الجمالية في المرتبة الأولى بنسبة (22.1%)، تلتها مجموعة القيم النظرية (المعرفية) في المرتبة الثانية بنسبة (21.2%)، ثم مجموعة القيم الذاتية بنسبة (19.3%)، بينما حازت مجموعة القيم الاقتصادية على المرتبة الرابعة بنسبه إجمالية بلغت (9.6%)، ثم مجموعة القيم الاجتماعية على المرتبة الخامسة بنسبة مقدارها (9.4%)، فمجموعة الأخلاقية بنسبة مئوية بلغت (7.8%)، ومجموعة القيم السياسية (الوطنية) بنسبة (5.4%)، فيما حلّت مجموعة القيم الدينية في المرتبة الثامنة والأخيرة، بنسبة مئوية لم تتجاوز (5.2%)، من إجمالي مجموعات القيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة.

اتضح من النتائج أعلاه، تفوق مجموعة القيم الجمالية، وحصولها على المرتبة الأولى في سلم مجموعات القيم، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية؛ وهو ما يتفق مع نتائج المعلومات المتضمنة في المجلة، والتي أظهرت سيطرة الطابع الترفيهي على المعلومات المُتضمنة في المجلة. من هنا، يُمكن القول أن «حاتم» ومن خلال موادها التحريرية المُختلفة، اهتمّت بتشجيع قرائها الأطفال على ممارسة هواياتهم الأدبية والفنية والرياضية، وعلى الشعور بالسعادة في رحلاتهم ومُغامراتهم وخبراتهم الجديدة.

ويُمكن تفسير حصول مجموعتي القيم السياسية والدينية، على مرتبتين مُتأخرتين من إجمالي القيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة؛ بمحدودية المواد التحريرية ذات الطابع السياسي والديني في المجلة.

فيما يأتي، عرض تفصيلي لمجموعات القيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة محل التحليل:

1- مجموعة القيم الاجتماعية

حازت قيمة مُساعدة الضعيف على المرتبة الأولى بنسبة (19.0%)، فيما جاءت قيمة التعاون في المرتبة الثانية بنسبة (15.2%)، أمّا قيمتي المساواة وتقبّل أراء الآخرين، فقد جاءتا في المرتبة الثالثة بنسبة (10.1%) لكل منهما، ثم قيمة الصداقة في المرتبة الرابعة وبنسبة مئوية بلغت (8.9%)، من إجمالي القيم الاجتماعية التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية، في حين كانت المرتبة الخامسة من نصيب كل من قيم احترام النظام، والعطف على الصغير، واحترام حقوق الآخرين بنسبة (7.6%) لكل منها، تلاها في المرتبة السادسة كل من قيمة حب الوالدين واحترامهما، والقيم الاجتماعية الأخرى مُتمثّلة بقيمة (التكافل الاجتماعي) بنسبة (6.3%) لكل منهما، فيما حلّت قيمة احترام الكبير في المرتبة السابعة والأخيرة، وبنسبة إجمالية لم تتجاوز (1.3%)، وبتكرار واحد فقط.

تبيّن من النتائج السابق، مدى اهتمام مجلة «حاتم» محل الدراسة، بغرس قيمتي مُساعدة الضعيف والتعاون لدى قرائها الأطفال؛ الأمر الذي يعكس اهتمام المجلة بتنمية الروح الجماعية بين الأفراد والتعاون معهم، بما يعود بالمنفعة المُتبادلة عبر المصلحة الجماعية لأفراد المُجتمع جميعاً.

وتجدر الإشارة هنا، أن قيمة مُساعدة الضعيف وردت في عيّنة الدراسة التحليلية، من خلال عدد من القصص والمُسلسلات المصورة، إلى جانب عدد من المتاهات، التي كانت تقوم على فكرة مُساعدة الضعيف وإغاثة الملهوف؛ كمُساعدة طفل في الوصول إلى أمه في الجانب الأخر من المتاهة، أو مُساعدة عصفور صغير في الوصول إلى عشه، وغيرها من الأفكار الأخرى، التي من شأنها تأصيل قيمة مُساعدة الضعيف لدى الطفل القارئ للمجلة.

على صعيد أخر، أظهر النتائج السابقة أن المجلة لم تُركّز على غرس وتنمية قيمة اجتماعية مُهمّة لدى قرائها الأطفال، ألا وهي قيمة احترام الكبير، والتي لم ترد في عيّنة الدراسة إلا مرة واحدة فقط، رغم كل ما تحمله هذه القيمة من أهميّة في توثيق روابط العلاقات الاجتماعية، المبنية على الاحترام المُتبادل بين الأجيال المُختلفة في المُجتمع.

2- مجموعة القيم الأخلاقية

جاءت قيمة الكرم والعطاء في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (21.2%)، تلتها في المرتبة الثانية قيمة التضحية والإيثار بنسبة (13.6%)، ثم قيمة الأمانة في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية بلغت (12.1%)، تبعتها قيمة الوفاء في المرتبة الرابعة بما نسبته (10.6)، بينما بلغت قيمة الاعتذار نسبة (9.1%)، حائزة بذلك على المرتبة الخامسة، في حين حصلت كل من قيم الصدق، والتواضع، والصبر على نسب متساوية بلغت (7.6%) لكل منها.

أمّا القيم الأخلاقية الأخرى مُتمثّلة بقيمتي (القناعة والحلم)، فقد حلّت في المرتبة السابعة بنسبة مئوية مقدارها (4.6%)، فيما حصلت كل من قيمتي الإخلاص والاستئذان على المرتبة الثامنة والأخيرة، بنسبة إجمالية لم تتجاوز(3.0%) من إجمالي القيم الأخلاقية التي تضمّنتها عيّنة الدراسة.

كشفت النتائج أعلاه، عن مدى حرص المجلة موضوع الدراسة، على غرس قيم البذل والعطاء لدى قرائها الأطفال، وذلك من خلال تأكيد موادها التحريرية المُختلفة، على قيمتي الكرم والعطاء، والتضحية والإيثار، اللتين حازتا على أعلى مرتبتين في مجموع القيم الأخلاقية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية من أعداد المجلة؛ وهو ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً باسم المجلة «حاتم»، الذي تم اختياره تيمناً بالشخصية العربية الشهيرة (حاتم الطائي) رمز الكرم العربي والإيثار.

3- مجموعة القيم الذاتية

حلّت قيمة السعادة والسرور في المرتبة الأولى بنسبة (37.7%)، تلتها في المرتبة الثانية قيمة الحرص والانتباه بنسبة (9.9%)، وقيمة الإرادة والتصميم في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية مقدارها (9.2%)، بينما جاءت قيمة الطموح في المرتبة الرابعة بنسبة (8.6%)، تبعتها في المرتبة الخامسة قيمة التحصيل والنجاح، بنسبة إجمالية بلغت (7.4%)، وقيمة النشاط بنسبة (6.2%)، ثم قيمة الشجاعة بنسبة (5.6%)، وقيمة تحمّل المسؤولية بنسبة (4.3%)، وقيمة المُثابرة بنسبة (3.7%)، ثم قيمة الثقة بالنفس في المرتبة العاشرة، بنسبة إجمالية مقدارها (3.1%)، في حين كانت المرتبة الحادية عشرة وما قبل الأخيرة، من نصيب قيمة الاعتماد على النفس، بما نسبته (2.5%) من إجمالي القيم الذاتية التي تضمّنتها عيّنة الدراسة، أمّا المرتبة الثانية عشرة والأخيرة، فكانت للقيم الأخرى مُتمثّلة بقيمة (التفاؤل) بنسبة (1.8%).

أظهرت النتائج السابقة، حصول قيمة السعادة والسرور على المرتبة الأولى في مجموع القيم الذاتية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية من أعداد مجلة «حاتم»، وتأتي هذه النتيجة متوافقة تماماً مع نتائج المعلومات المتضمنة في المجلة محل الدراسة، والتي أظهرت تفوق المعلومات ذات الطابع الترفيهي على مُجمل المعلومات الُمقدمة في عيّنة الدراسة؛ مما يؤكد على اهتمام المجلة محل التحليل، بتسلية وإمتاع الطفل والترفيه عنه، من خلال نشر المضامين التي من شأنها رسم البسمة على شفاه الأطفال، وتصوير الجانب المرح من الحياة. جاء ذلك على غرار ما تضمّنته بعض الفكاهات والطرائف، والقصص والمُسلسلات المصورة، فضلاً عن الموضوعات التي تحدثت عن كيفية قضاء إجازة مُمتعة، أو الاحتفال بمناسبة مُعيّنة.

في الجانب الأخر، كشفت النتائج التحليلية ضعف اهتمام مجلة «حاتم» بغرس الثقة في نفوس قرائها الأطفال، وتنمية شعورهم بالقدرة على تحمّل المسؤولية والاعتماد على أنفسهم، بكل ما يحملون من إمكانات وقدرات تؤهلهم لتحقيق طموحاتهم؛ ظهر ذلك جلياً من خلال تدني نسب قيمتي الثقة بالنفس والاعتماد على النفس، في سلم القيم الذاتية التي تضمنتها عيّنة الدراسة التحليلية، وحصولهما على أخر مرتبتين بنسب مئوية بسيطة لم تتجاوز (3.1%).

4- مجموعة القيم المعرفية

حصلت قيمة التفكير على أعلي نسبة بمقدار (32.0%)، حائزة بذلك على المرتبة الأولى، تلتها في المرتبة الثانية قيمة التحليل والاستنتاج بنسبة (22.5%)، ثم قيمة التنافس في المرتبة الثالثة بنسبة إجمالية بلغت (13.5%) من إجمالي القيم النظرية (المعرفية) التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية، تبعتها قيمة حب العلم والمعرفة بنسبة (12.9%)، فيما كانت المرتبة الخامسة من نصيب قيمة حب المطالعة بما نسبته (10.7%)، فقيمة الاكتشاف والتجريب بنسبة (5.6%)، في حين جاءت قيمة الموضوعية في المرتبة السابعة والأخيرة، بنسبة مئوية مقدارها (%2.8).

اتضح من النتائج أعلاه، مدى اهتمام المجلة موضوع الدراسة، بتنمية القدرات الذهنية لدى قرائها الأطفال، من خلال ما تضمّنته موادها التحريرية من مواد علمية مثُيرة، وموضوعات متنوّعة حول الاكتشافات والمُخترعات الجديدة، فضلاً عن المُسابقات والألعاب المُسلية والألغاز، التي تعتمد على التركيز والانتباه، وتحتاج إلى تفكير وتخيّل من قبل الطفل؛ بما يعمل على توسيع مداركه العقلية ويُعزّز ذكائه.

من ناحية أخرى، أظهر النتائج السابقة مدى حرص مجلة «حاتم» على تحفيز الأطفال على حب القراءة والمُطالعة، من خلال زاوية (كتاب أعجبني)، التي كانت تعرض في كل عدد من أعداد المجلة كتاباً مُتميزاً للأطفال.

5- مجموعة القيم الدينية

حازت قيمة الإيمان على المرتبة الأولى بنسبة (25.0%)، فيما حلّت قيمة العدل في المرتبة الثانية بنسبة (20.4%)، وقيمة الرفق بالحيوان في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية بلغت (18.2%)، تلتها قيمة بر الوالدين بنسبة (15.9%)، في حين حصدت كل من قيمة صلة الرحم وقيمة التسامح المرتبة الخامسة وما قبل الأخيرة، بما نسبته (9.1%) لكل منهما، أمّا المرتبة السادسة والأخيرة، فكانت من نصيب القيم الدينية الأخرى، مُتمثّلة بقيمة (الشورى) بنسبة إجمالية بلغت (2.3%) وبتكرار واحد فقط، فيما يُلاحظ غياب كل من قيمة احترام الأديان وقيمة حُسن الجوار، عن مجموع القيم الدينية التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية.

تبيّن من النتائج السابقة، محدوديّة نسبة مجموعة القيم الدينية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» محل التحليل؛ ولعلّ السبب في ذلك يعود إلى شُح المواد التحريرية ذات الطابع الديني في المجلة، والتي اقتُصِرت على بعض التقارير الخاصة ببعض المُناسبات الدينية، كشهر رمضان المُبارك، والمولد النبوي الشريف، وعيد الفطر السعيد، وعيد الأضحى المُبارك، ونحوها من المُناسبات الدينية، فضلاً عن بعض المواد ذات الطابع الديني، والمُرسلة من قبل الأطفال ليتم نشرها في المجلة، بالإضافة إلى زاوية (واحة الإيمان) الدينية.

أمّا فيما يتعلّق بترتيب القيم الدينية التي تضمّنتها عيّنة الدراسة، فقد تبيّن من النتائج التحليلية أن قيمة الإيمان والتي تُشير إلى الإيمان بالله، وملائكته، وكتبه، ورسله، واحترام الشعائر الدينية؛ كالصوم والصلاة والزكاة والحج والعبادة الصحيحة، قد حازت على المرتبة الأولى في سلّم القيم الدينية المُتضمّنة، وهو ما يأتي متوافقاً مع الأسس التي تقوم عليها الشريعة الإسلاميّة الحنيفة؛ إذ لا يصحّ إسلام الشّخص ولا يقبل إسلامه إن لم يكن مؤمناً. من جهة أخرى، غابت كل من قيمة احترام الأديان وقيمة حُسن الجوار عن عيّنة الدراسة، رغم أهميّة هاتين القيمتين في بناء مُجتمع مُتماسك، قائم على المحبة المُتبادلة والاحترام بين أفراده.

6- مجموعة القيم الاقتصادية

جاءت قيمة التخطيط والتنظيم في المرتبة الأولى وبنسبة مئوية مقدارها (27.2%)، فيما حلّت قيمة العمل والإنتاج في المرتبة الثانية بنسبة (18.5%)، تلتها قيمة الادخار بنسبة (17.3%)، ثم قيمة احترام العمال وتقديرهم

بنسبة (12.3%)، من إجمالي القيم الاقتصادية التي تضمّنتها عيّنة الدراسة، في حين حصدت كل من قيمة المُحافظة على المُمتلكات العامة وقيمة استثمار الوقت المرتبة الخامسة وما قبل الأخيرة، وبنسبة إجمالية بلغت (9.9%) لكل منهما، تبعتهما قيمة ترشيد الاستهلاك في المرتبة السادسة والأخيرة، بنسبة مئوية لم تتجاوز (4.9%)، فيما لوحظ غياب قيمة دعم الإنتاج الوطني عن عيّنة التحليل.

اتضح من النتائج أعلاه، مدى حرص مجلة «حاتم» على غرس قيمة التخطيط والتنظيم لدى قرائها الأطفال، وهي واحدة من القيم التي يظهر أثرها على المدى البعيد بالنسبة للأطفال؛ الأمر الذي يحُسب كنقطة ايجابية لصالح المجلة. لكن المجلة في المقابل، أبدت اهتماماً أقل بقيم اقتصادية أخرى، يظهر أثرها على المدى القريب بالنسبة للأطفال؛ كقيمة المُحافظة على المُمتلكات العامة، وقيمة استثمار الوقت، وقيمة ترشيد الاستهلاك. ومن المُلفت للنظر أيضاً، إهمال المجلة لقيمة اقتصادية مُهمّة، هي قيمة دعم الإنتاج الوطني.

7- مجموعة القيم السياسية (الوطنية)

حازت قيمة حب الوطن على المرتبة الأولى بنسبة مئوية مقدارها (49.0%)، فيما جاءت قيم الاعتزاز بالهوية العربية في المرتبة الثانية بنسبة (24.4%)، تلتها في المرتبة الثالثة قيمة النصر بنسبة إجمالية مقدارها (11.1%)، ثم قيمة الولاء للقيادة بنسبة (6.7%)، فقيمة السلام بنسبة مئوية بلغت (4.4%)، في حين حلّت كل من قيمة الحرية والقيم السياسية (الوطنية) الأخرى مُتمثّلة بقيمة (المشاركة السياسية) في المرتبة السادسة والأخيرة، بنسبة (2.2%) وبتكرار واحد فقط لكل منهما.

أظهر النتائج السابقة، أن قيمة حب الوطن استأثرت بجُل اهتمام مجلة «حاتم» موضوع الدراسة، وبنسبة مئوية تُقدّر بحوالي (50%) من إجمالي القيم السياسية (الوطنية)، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد المجلة، فيما حلّت قيمة الاعتزاز بالهوية العربية في المرتبة الثانية من حيث درجة الاهتمام، وبنسبة مئوية تُقدّر بحوالي (25%)؛ الأمر الذي يُمكن تفسيره بأهميّة هاتين القيمتين السياستين بشكل خاص؛ فالفرد الذي يحب وطنه، ويعتز بهويته العربية، ويفتخر بتاريخها الناصع وبأمجادها عبر ألاف السنين، لابد وأنه سيدافع عن حمى هذا الوطن، ويُضحي بالغالي والنفيس كي يحمي ثراه الغالي.

من ناحية ثانية، أظهرت النتائج أعلاه، أن الربع المُتبقي من اهتمام المجلة بالقيم السياسية (الوطنية)، قد توزّع على قيم النصر، والولاء للقيادة، والسلام، والحرية، وقيمة أخرى تمثّلت بقيمة (المُشاركة السياسية)، وهي جميعاً قيم مُرتبطة بقيمتي حب والوطن والاعتزاز بالهوية العربية؛ فمن يحب وطنه ويعتز بعروبته، من المؤكد سيسعى للنصر والحرية والسلام، وسيتحلى بالولاء لقيادته.

8- مجموعة القيم الجمالية

جاءت قيمة مُمارسة المواهب والهوايات في المرتبة الأولى بنسبة (28.0%)، فيما حلّت قيمة المُحافظة على سلامة الجسم في المرتبة الثانية بنسبة (22.0%)، تلتها قيمة الإحساس بالجمال بنسبة مئوية بلغت (18.3%)، ثم قيمة الاستمتاع بالخبرة الجديدة بنسبة إجمالية مقدارها (12.9%)، فقيمة التناسق بما نسبته (7.5%)، وقيمة النظافة بنسبة (6.5%)، وأخيراً جاءت قيمة المُحافظة على البيئة في المرتبة السابعة والأخيرة، بنسبة (4.8%) من إجمالي القيم الجمالية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

أظهرت النتائج أعلاه، مدى اهتمام مجلة «حاتم» بتنمية الحس الجمالي والتذوق الفني لدى قرائها الأطفال؛ ليكونوا أكثر تقديراً لمواطن الجمال في الحياة من حولهم. جاء ذلك من خلال حرص المجلة على نشر المواد التحريرية التي تُنمّي مواهب وهوايات الأطفال، وتدعوهم إلى الاستمتاع بالخبرات الجديدة، مثل: زوايا (ارسم ولون)، و(اصنع بنفسك)، و(أكمل القصة)، وركن (مطبخ البنات)، وغيرها العديد من الزوايا والأبواب الثابتة، التي تحض الأطفال على الاهتمام بنظافتهم الشخصية، وعلى العناية بمظهرهم العام، وعلى المُحافظة على البيئة، إلى جانب زاوية (العيادة)، التي تُقدّم نصائح وإرشادات للأطفال؛ للحفاظ على صحة وسلامة أجسامهم.

وفي ختام هذا السياق، تجدر الإشارة إلى أن مجلة «حاتم» في بداياتها، تضمّنت بعض القيم السلبية مثل: الأنانية، والبخل، والكذب، والغدر، والخيانة، والخداع، وعدم تقدير الصداقة، والسخرية من الآخرين والاستهزاء بهم، والتنابز بالألقاب، والانهزامية، والانعزالية، والدعوة إلى القتل والعنف، والتدخين، وغيرها من القيم السلبية الأخرى، التي وردت عبر بعض القصص، خاصة المُترجمة منها، وعلى ألسنة شخصيات بعض المُسلسلات المصورة، كشخصية (أشرس)، التي كانت تُمثّل إحدى الشخصيات الرئيسة في المجلة، رغم كل ما كانت تحمله تلك الشخصية من صفات سلبية؛ كالحقد، والعدوانيّة، والعنف، وكره الأخر، والتسرع، ونحوها من القيم السلبية الأخرى، التي لابد لها أن تؤثر سلباً على تكوين شخصيات الأطفال وبناء نموهم الثقافي.

الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما مصادر المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات مصادر المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

حازت فئة غير مُحدد على المرتبة الأولى بنسبة مئوية مقدارها (29.2%)، فيما حازت فئة محرر المجلة على المرتبة الثانية بنسبة (19.2%)، أمّا المرتبة الثالثة، فكانت من نصيب فئة مُعلن تجاري بما نسبته (17.4%)، تلتها فئة أحد قراء المجلة من الأطفال بنسبة إجمالية بلغت (10.7%)، ثم فئة رسام بنسبة (10.4%)، ففئة كتاب سيناريو بنسبة (5%)، من إجمالي مصادر المواد التحريرية التي تضمّنتها عيّنة الدراسة، تبعتها فئة مُترجم بنسبة (2.2%)،

ثم فئة أديب بنسبة (1.8%)، في حين حصلت فئة طبيب على المرتبة التاسعة بنسبة (1.5%)، أمّا المرتبة العاشرة وما قبل الأخيرة، فكانت من نصيب كل من فئة شاعر وفئة مصور بنسبة (1%) لكل منهما، وأخيراً جاءت فئة مصدر آخر مُتمثّلة (بمتحف الأطفال وباحثة) بنسبة مئوية لم تتجاوز (0.6%).

تبيّن من النتائج السابقة، أن فئة المصدر غير المُحدد، أخذت مركز الصدارة بين مصادر المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة التحليلية؛ ويُمكن تفسير تلك النتيجة إلى أن المجلة في بداياتها، تعمدت نشر جميع موادها التحريرية دون الإشارة إلى مصادر تلك المواد؛ ربما بسبب محدودية عدد محرري المجلة آنذاك، الأمر الذي دفع القائمين على إصدار مجلة «حاتم» في سنواتها الأولى، إلى إخفاء هوية كُتّاب أو منشئي المواد التحريرية المنشورة على صفحاتها؛ تجنباً لتكرار الأسماء.

على صعيد أخر، أظهر النتائج التحليلية أن فئات محرر المجلة، ومُعلن تجاري، وأحد قراء المجلة من الأطفال، قد حازت على مراتب مُتقدمة في ترتيب مصادر المواد التحريرية التي تم نشرها في عيّنة الدراسة؛ وهو ما يُمكن تفسيره بأن المجلة في مراحلها اللاحقة، تعمدت الكشف عن مصادر موادها التحريرية؛ ربما لازدياد عدد محرريها من جهة، ولغايات توطيد العلاقة بين المجلة وقرائها الأطفال من جهة أخرى.

وتجدر الإشارة هنا، إلى أن زيادة نسبة فئة مُعلن تجاري كأحد مصادر المواد التحريرية، تُعزى إلى وفرة عدد الإعلانات التجارية المنشورة في عيّنة الدراسة، في حين أن سبب تفوق فئة أحد قراء المجلة من الأطفال؛ يعود إلى أن «حاتم» منحت الأطفال فرصة المُشاركة في تحرير مواد مجلتهم، سواء بنشر إسهاماتهم وإبداعاتهم، أو عبر اتفاقها مع مجموعة من الأطفال في مُختلف أنحاء المملكة، لمُباشرة العمل كمندوبين صحفيين للمجلة في مدارسهم تحت اسم (الصحفي الصغير).

❖ الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المجال الجغرافي الذي غطّته المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات المجال الجغرافي، التي غطّتها المواد التحريرية المُتضمّنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

جاء المجال الجغرافي المحلي في الترتيب الأول بنسبة مئوية مقدارها (33.6%)، تلاه المجال الجغرافي غير المُحدد في المرتبة الثانية بنسبة (32.7%)، ثم المجال الجغرافي العالمي العام بنسبة (16.0%)، أمّا المجال الجغرافي العربي، فقد حلّ في المرتبة الرابعة وما قبل الأخيرة، وبنسبة مئوية بلغت (10.1%)، في حين حاز المجال الجغرافي الدولي على المرتبة الخامسة والأخيرة، وبنسبة إجمالية بلغت (7.6%).

اتضح من النتائج أعلاه، تركيز مجلة «حاتم» على البيئة المحليّة الأردنية في موادها التحريرية المُختلفة، دون إغفالها للموضوعات العربية والعالمية. ظهر ذلك الاهتمام من خلال نشرها للمقالات، والأخبار، والتقارير، والتحقيقات الصحفية، التي تناولت أحداثاً وموضوعات وقضايا محليّة، تهم قرائها الأطفال وتُلبّي فضولهم بالتعرّف على مُجتمعهم الذي يعيشون فيه.

من جهة ثانية، أظهرت النتائج أن المجال الجغرافي غير المُحدد، حاز على المرتبة الثانية من درجة اهتمام المجلة، جاء ذلك عبر نشرها لبعض القصص والحكايات، والمُسلسلات المصورة، إلى جانب الفكاهات، والطرائف، ومواد التسالي والألعاب، التي زخرت بها صفحات «حاتم» ولم تتحدد بمجال جغرافي مُعيّن.

❖ الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المستوى اللغوي الذي تم استخدامه في صياغة المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات المستوى اللغوي، التي تم استخدامها في صياغة المواد التحريرية المُتضمّنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

حازت الفصيحة المُعاصرة على المرتبة الأولى بنسبة مئوية عالية، بلغت (93.4%) من إجمالي المستويات اللغوية، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة محل التحليل، فيما حازت اللهجة العامية على المرتبة الثانية بنسبة (3.1%)، تبعتها فئة أخرى مُتمثلة (باللغة الانجليزية) بنسبة (2.0%)، فيما كانت المرتبة الرابعة من نصيب المستوى اللغوي المُختلط بين الفصيحة المُعاصرة واللهجة العامية بنسبة (1.1%)، أمّا الفصيحة التراثية، فقد حلّت في المرتبة الخامسة والأخيرة بنسبة لم تتجاوز (0.4%).

تبيّن من النتائج السابقة، سيطرة اللغة الفصيحة المُعاصرة على تحرير وصياغة المواد المنشورة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وهي لغة تتسم بالوضوح وببساطة التراكيب؛ مما يُسهّل على الأطفال فهمها والتأثر بها، مهما اختلفت مستويات ذكائهم وتعليمهم.

من جانب أخر، أظهرت النتائج بعض الاستثناءات في المستويات اللغوية التي تم استخدامها في تحرير وصياغة المواد المنشورة في المجلة، مثل اللهجة العامية، واللغات الأخرى غير العربية، كاللغة الإنجليزية التي وردت في بعض الإعلانات التجارية، بالإضافة إلى المستوى اللغوي المُختلط بين الفصيحة المُعاصرة واللهجة العامية، والذي تم استخدامه في صياغة بعض المقالات والقصص، في حين وردت الفصيحة التراثية بنسبة محدودة في عيّنة الدراسة، من خلال بعض المواد التحريرية ذات الطابع الديني، والتي زخرت بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية الشريفة.

❖ **الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما صور الفاعل التي تم استخدامها في المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟**

للإجابة عن الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات صور الفاعل، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

جاء الإنسان في المرتبة الأولى بنسبة (57.3%)، في حين حلّت فئة بلا فاعل في المرتبة الثانية بنسبة (17.1%)، تلتها فئة حيوان في المرتبة الثالثة بنسبة (13.1%)، ثم فئة جماد بنسبة (7.9%)، فيما حلّت في المرتبة الخامسة والأخيرة، كل من فئة صور الفاعل الأخرى مُتمثّلة بصور (وحش، وغول، ودمية، ومارد المصباح السحري، بالإضافة إلي عدد من الشخصيات الكرتونية والخرافية)، وفئة النبات بنسبة إجمالية بلغت (2.3%) لكل منهما، من إجمالي صور الفاعل التي تم تقديمها في عيّنة التحليل.

أمّا فيما يتعلّق بترتيب الفئات الثانوية لفئة الإنسان، التي تم تقديمها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، وضّحت النتائج ما يأتي: جاءت فئة الإنسان المتنوّعة في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت (24.6%)، تلتها في المرتبة الثانية فئة الرجل بنسبة (23.4%)، ثم فئة طفل بنسبة مئوية مقدارها (20.2%)، في حين جاءت فئة طفلة في المرتبة الرابعة بما نسبته (18.1%)، أمّا المرتبة الخامسة والأخيرة، فكانت من نصيب فئة المرأة بنسبة (13.7%) من إجمالي نسبة صور الإنسان، التي تم تقديمها في عيّنة الدراسة محل التحليل،

كشفت النتائج أعلاه، عن تصدّر الإنسان لصور الفاعل، التي تم تقديمها في المواد التحريرية المُتضمّنة في عيّنة الدراسة التحليلية، وهو ما يُعدّ مؤشراً واضحاً على اهتمام المجلة موضوع الدراسة، بربط الطفل بالواقع الذي يعيش فيه بعيداً عن الخرافات والأوهام؛ الأمر الذي يُسهم في تعريف الطفل بدوره الاجتماعي، وتبصيره كذلك بأدوار الآخرين.

من ناحية ثانية، أظهرت النتائج غياب الفاعل عن العديد من المواد التحريرية التي تم نشرها في عيّنة الدراسة، كما في بعض الإعلانات التجارية، والألعاب والألغاز الرياضية، إلى جانب بعض المقالات والتقارير الصحفية، ذات الطابع الديني والفني.

علاوة على ما تقدّم، تبيّن من النتائج السابقة أن فئة الإنسان المتنوّعة، والتي تعني مجموعة متنوّعة من البشر، قد تصدّرت صور الفاعل المُقدّمة على هيئة إنسان في عيّنة الدراسة من أعداد المجلة؛ مما يعكس دور مجلة «حاتم» في تنمية الروح الجماعية لدى قرائها الأطفال، ومُساعدتهم على التكيّف الاجتماعي.

من جهة أخرى، كشفت النتائج عن تقارب نسب ظهور الطفل والطفلة كصور للفاعل في عيّنة الدراسة التحليلية؛ وهو ما يتفق مع شعار المجلة الظاهر على غلافها، بأنها مجلة شهرية ثقافية مصورة لكل البنات والبنين؛ الأمر الذي يؤكد على عدم تحيّز المجلة لجنس دون الأخر من قرائها الأطفال.

❖ الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما اتجاه المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات اتجاه المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

جاء الاتجاه المؤيّد في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (48.0%)، فيما حلّ الاتجاه المُحايد في المرتبة الثانية بنسبة (40.2%)، تلاه الاتجاه المُعارض بنسبة (8.0%)، فيما كانت المرتبة الرابعة والأخيرة، من نصيب الاتجاه المُختلط بنسبة مقدارها (3.8%).

تبيّن من النتائج السابقة، أن الاتجاه المؤيّد كان هو الاتجاه السائد في المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد المجلة، الأمر الذي يُمكن تفسيره بأن المجلة دأبت على نشر المضامين ذات الأفكار الايجابية، التي تُسهم في غرس القيم والمثل العليا لدى الطفل، وتكوين اتجاهاته التي تتفق مع قيم مُجتمعه وتوجهاته وتطلعاته.

أظهرت النتائج أيضاً، ظهور الاتجاه المُحايد بنسبة مئوية مرتفعة، من خلال بعض الإعلانات التجارية، ومواد التسلية والترفيه، كالطرائف، والمُسابقات، والألعاب، والألغاز، وغيرها من المواد التحريرية الأخرى، التي لم تتسم بالتأييد أو الرفض، تجاه ما تضمّنته من مواقف أو قضايا أو موضوعات.

❖ الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما أهداف المواد التحريرية التي تم نشرها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات أهداف المواد التحريرية، التي تم نشرها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

جاء هدف إيصال المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة (37.2%)، تلاه هدف التسلية والترفيه في المرتبة الثانية بنسبة (13.6%)، فيما حاز هدف غرس القيم على المرتبة الثالثة بما نسبته (11.5%)، وتنمية الخيال والتفكير على المرتبة الرابعة بنسبة (7.1%)، تبعه هدف تنمية الميول والمهارات بنسبة مئوية مقدارها (5.5%)، فتنمية التذوق الجمالي والفني بنسبة (4.7%)، بينما حلّ هدف نقل التراث في المرتبة السابعة بنسبة إجمالية بلغت (3.9%)، وتنمية الابتكار والإبداع في المرتبة الثامنة بنسبة (3.8%)، وفي المرتبة التاسعة جاء كل من هدف إكساب سلوك وإعطاء قدوة بنسبة (3.0%) لكل منهما، ثم هدف إبداء رأي بنسبة (2.1%)، في حين كانت المرتبة الثانية عشرة، من نصيب فئة الهدف المُختلط بين إيصال المعلومات وغرس القيم بنسبة (2.0%)، تلاه هدف حل مشكلات بنسبة (1.5%)، وتنمية مهارات الاستطلاع والاكتشاف بنسبة (1.0%)، فيما كانت المرتبة الرابعة عشرة والأخيرة، من نصيب هدف نقل عادات وتقاليد المُجتمع الأردني، بما نسبته (.1%) من إجمالي أهداف المواد التحريرية التي تم نشرها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

أمّا فيما يتعلّق بترتيب الفئات الثانوية لفئة هدف نقل التراث، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، وضّحت النتائج التحليلية ما يأتي: احتل التراث الأردني مركز الصدارة بنسبة (50%)، تلاه التراث العربي بنسبة (25.0%)، ثم التراث العالمي بنسبة (14.3%)، وأخيراً جاء التراث الإسلامي بنسبة (10.7%).

اتضح من النتائج أعلاه، مدى تركيز مجلة «حاتم» على إثراء معلومات قرائها الأطفال في الموضوعات المُختلفة؛ كالموضوعات الاجتماعية، والعلمية، والتاريخية، والجغرافية، والدينية، والرياضية، وغيرها من الموضوعات التي تهم الأطفال، وتُتيح لهم فرص التعرّف على ما يدور في العالم من حولهم؛ وهو ما يؤكد على تفوق الوظيفة الإعلاميّة المعرفية لمجلات الأطفال عموماً على بقية الوظائف الأخرى.

من ناحية أخرى، أظهرت النتائج السابقة أيضاً، حصول هدف التسلية والترفيه على مرتبة مُتقدّمة، من إجمالي أهداف المواد التحريرية التي تضمّنتها عيّنة التحليل، وهو ما يتفق مع نتائج تحليل المعلومات المتضمنة في العينة التحليلية، والتي أظهرت غلبة الطابع الترفيهي على المعلومات المُتضمنة في المجلة موضوع الدراسة؛ وهو ما يؤكد على اهتمام مجلة «حاتم» بإمتاع الطفل وتسليته، وشغل وقت فراغه بشكل مُفيد، يدعم ما تُقدّمه المجلة من معارف ومعلومات ومواد ثقافية متنوّعة، ويبعث في نفسه المرح والتفاؤل، عبر ما كانت تتضمنه المجلة من قصص، ومُغامرات، وألعاب، ومُسابقات، وألغاز، تُنمّي لدى الطفل الإحساس بروح المرح والفكاهة والضحك والمُغامرة.

فضلاً عما سبق، كشفت النتائج السابقة عن مدى اهتمام مجلة «حاتم» بنقل الموروثات الشعبية المحليّة والعربية إلى الطفل، بما يدعم ذلك الموروث الشعبي، فلا يتخلى الطفل عن أصله وعما نشأ عليه أهله ومُجتمعه؛ إذ اهتمّت المجلة بتعريف قرائها الأطفال بالأزياء والأكلات الشعبية القديمة، وبالفنون الفلكلورية، وبالأدب الشعبي، كالحكايات الشعبية والأقوال المأثورة، إلى جانب تعريفهم بالطقوس المُتبعة في المُجتمعين (الأردني والعربي). جاء ذلك من خلال القصص التاريخية، والحكايات التراثية والشعبية، والمُسلسلات المصورة، كمُسلسل (حاتم يُسافر في الحكاية الشعبية)، الذي كان يُعرّف الأطفال بوطنهم العربي الكبير، بأسلوب جميل ومُحبب إلى نفوسهم.

❖ **الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما الأسلوب الذي تم استخدامه في عرض المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟**

للإجابة عن الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الأسلوب، الذي تم استخدامه في عرض المواد التحريرية المُتضمّنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

تم استخدام الأسلوب المُباشر بنسبة (57.5%)، في حين تم استخدام الأسلوب غير المُباشر بنسبة (42.5%).

أظهرت النتائج أعلاه، اعتماد مجلة «حاتم» على استخدام الأسلوب المُباشر (الصريح والواضح) في عرض موادها التحريرية؛ بحيث يلّمس الطفل وهو يقرأها، بأنه يتعرّف على معلومات أو قيم جديدة. جاء ذلك من خلال

المواد التحريرية التي تضمّنت النصائح، والإرشادات، والتوجيهات المُباشرة، وهو ما يُمكن اعتباره من أحد سلبيات المجلة؛ كون الأطفال بطبيعتهم، ينفرون من أسلوب الوعظ المُباشر في مُخاطبتهم.

❖ **الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الأول: من الفئة المُستهدفة من جمهور الأطفال في المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» من حيث النوع الاجتماعي (الجندر) والمرحلة العمرية التي ينتمون لها؟**

للإجابة عن الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الأول، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات جمهور الأطفال، التي تم استهدافها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

جاءت فئة النوع الاجتماعي (الجندر) غير المُحدد في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (93.6%)، في حين حلّت فئة الإناث في المرتبة الثانية بنسبة مقدراها (5.1%)، أمّا المرتبة الثالثة والأخيرة من فئات النوع الاجتماعي (الجندر)، فكانت من نصيب الذكور بنسبة إجمالية بلغت (1.3%) فقط.

من جانب أخر، وضّحت النتائج التحليلية بأن مراحل الطفولة المُختلطة، جاءت في الترتيب الأول من حيث فئات المرحلة العمرية التي تم استهدافها في عيّنة الدراسة، وذلك بنسبة إجمالية بلغت (35.8%)، تبعتها فئة مرحلة الطفولة المتأخرة بنسبة (29.6%)، ثم فئة مرحلة الطفولة المتوسطة في المرتبة الثالثة بما نسبته (21.9%)، فمرحلة المراهقة بنسبة (6.5%)، فيما حلّت المراحل العمرية الأخرى في المرتبة الخامسة والأخيرة، بما نسبته (6.2%) من إجمالي المراحل العمرية، التي تم استهدافها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

كشفت النتائج أعلاه، عن عدم تحيّز مجلة «حاتم» موضوع الدراسة، في استهدافها لنوع اجتماعي مُعيّن دون الأخر من قرائها الأطفال؛ إذ حازت فئة النوع الاجتماعي غير المُحدد، على المرتبة الأولى بنسبة مئوية فاقت (90%)، وهو ما يتفق تماماً مع شعار المجلة بأنها (مجلة لكل البنات والبنين). وفي نظرة سريعة على نسب فئتي الذكور والإناث، تبين تفوق نسبة المواد التحريرية التي وجّهت للإناث في المجلة، عن تلك التي كانت موجُهة للذكور؛ وهو ما يُعزى إلى إفراد «حاتم» صفحتين من كل عدد من أعدادها؛ لمُخاطبة البنات بمُختلف مراحلهن العمرية، من خلال زاوية (بنات .. بنات) الثابتة.

من جهة ثانية، تبيّن من النتائج السابقة عدم نجاح مجلة «حاتم» في تحديد جمهورها المُستهدف بمرحلة عمرية مُحددة من مراحل الطفولة؛ تبيّن ذلك من خلال حصول فئة المرحلة العمرية المُختلطة على أعلى نسبة مئوية بمقدار (35.8%)، من إجمالي المراحل العمرية التي تم استهدافها في عيّنة الدراسة، الأمر الذي يُعدّ من أبرز سلبيات المجلة؛ إذ لا يُمكن لمجلة أطفال واحدة أن تتوجّه لكل مراحل الطفولة، بسبب تباين خصائص واحتياجات كل مرحلة.

فضلاً عما سبق، أظهرت النتائج السابقة توجّه بعض المواد التحريرية في مجلة «حاتم»، إلى فئات عمرية أخرى غير تلك الفئات، التي سبق وحددتها المجلة بـ (6 – 16) سنة كجمهور مُستهدف لها؛ ظهر ذلك من خلال عدد من الإعلانات والمواد التحريرية الأخرى، التي استهدفت مُخاطبة فئة الراشدين وليس الأطفال.

سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما وسائل الإبراز المُستخدمة في عرض المعلومات والقيم على صفحات مجلة «حاتم»؟

- **الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عرض المعلومات والقيم المُتضمّنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟**

للإجابة عن الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الأشكال والفنون التحريرية، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبين من النتائج الآتية:

حصدت الفنون الصحفية المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (68.1%)، تلتها الفنون الأدبية بنسبة (16.4%)، فيما جاءت الأشكال الأخرى في المرتبة الثالثة والأخيرة، وبنسبة إجمالية مقدارها (15.5%).

اتضح من النتائج السابقة، سيطرة الفنون الصحفية على الأشكال والفنون التحريرية، التي تم استخدامها في مجلة «حاتم»؛ ولعلّ السبب في ذلك يعود إلى أن المجلة كانت تصدر عن أكبر مؤسسة صحفية محليّة «الرأي»، وقد انعكس ذلك على طابعها العام، وصبغه بطابع صحفي واضح، لتشتمل في ثنايا صفحاتها على الأخبار، والتقارير، والمقالات، والتحقيقات الصحفية، التي نجحت في عرض صورة للطفل، تكاد تكون مُتكاملة لجوانب الحياة المُختلفة.

فيما يأتي، عرضاً تفصيلياً للأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة محل التحليل:

أ- الفنون الصحفية:

جاء الإعلان في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (29.5%)، تلاه بريد القراء في المرتبة الثانية بنسبة (15.8%)، ثم التقرير الصحفي بنسبة (14.7%)، في حين جاءت فئة الفنون الصحفية الأخرى في المرتبة الرابعة بما نسبته (12.6%)، ثم الخبر الصحفي بنسبة (8.0%)، تبعه التحقيق الصحفي بنسبة (7.5%)، بينما حلّ المقال في المرتبة السابعة بنسبة إجمالية بلغت (5.4%)، من إجمالي الفنون الصحفية التي استخدامها في عيّنة الدراسة، فالرسوم بنسبة (3.8%)، ثم الصور الفوتوغرافية بنسبة مئوية مقدارها (1.9%)، أمّا المرتبة العاشرة والأخيرة، فكانت من نصيب الحديث الصحفي، الذي حصل على نسبة محدودة لم تتجاوز (.8%)، فيما غاب الكاريكاتير عن عيّنة التحليل من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

وفيما يتعلّق بترتيب الفئات الثانوية لفئة المقال، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، وضّحت النتائج ما يأتي: جاء المقال الافتتاحي في المرتبة الأولى بنسبة (40.0%)، تلاه المقال الصحفي بنسبة

(25.0%)، ثم المقال الأدبي بنسبة (20.0%)، وأخيراً جاء المقال العلمي بنسبة (15.0%)، من إجمالي أنواع المقالات التي تضمّنتها عيّنة الدراسة.

أمّا فيما يتعلّق بترتيب الفئات الثانوية لفئة الرسوم، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كشفت النتائج ما يأتي: جاءت الرسوم التعبيرية في المرتبة الأولى، وبنسبة مئوية عالية بلغت (92.9%)، ثم الرسوم الجمالية في المرتبة الثانية، بنسبة إجمالية مقدارها (7.1%) وبتكرار واحد فقط، فيما غابت الرسوم الشخصية كأحد الفنون الصحفية عن عيّنة التحليل.

وفيما يتعلّق بترتيب الفئات الثانوية لفئة الصور الفوتوغرافية، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، بيّنت النتائج ما يأتي: حلّت الصور الشخصية في الترتيب الأول بنسبة (57.1%)، والصور الموضوعية في الترتيب الثاني بنسبة (28.6%)، في حين كان الترتيب الثالث والأخير من نصيب الصور الجمالية بنسبة مئوية بلغت (14.3%) وبتكرار واحد.

أظهرت النتائج أعلاه، تصدّر الإعلان للفنون الصحفية التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة، إذ ورد الإعلان بتكرار (110) مرات من أصل (548) مادة تحريرية خضعت للتحليل؛ ولعلّ السبب في ذلك يعود إلى أن مجلة «حاتم» موضوع الدراسة، كانت تصدر عن أكبر مؤسسة صحفية «الرأي»، كما أنها كانت تُعدّ أهم مجلة أطفال أردنية، والأكثر توزيعاً بين مجلات الأطفال الأردنية الأخرى؛ إذ وصلت نسب توزيعها في فترة من الفترات، إلى أكثر من (25000) ألف نسخة شهرياً. كل هذه العوامل دفعت بالمُعلنين، إلى التهافت على نشر إعلاناتهم على صفحات المجلة؛ لضمان الوصول إلى جمهورهم المُستهدف من تلك الإعلانات.

ومن الجدير ذكره هنا، أن «حاتم» تضمّنت عدداً ليس بالقليل من الإعلانات التجارية، التي استهدفت فئة الراشدين وليس الأطفال، مثل: إعلانات بعض شركات السياحة والسفر، وإعلانات خدمات البنوك، وخدمات شركات الاتصال المحليّة، وإعلانات عن دورات تدريبية، وأواني مطبخيه وأجهزة منزلية، وغيرها العديد من الإعلانات، غير المُناسبة لجمهور الأطفال المُستهدف من المجلة، لا من حيث المضمون، ولا حتى من حيث أسلوب إخراجها الصحفي وصياغتها اللغوية؛ مما يشي بتجاهل القائمين على إصدار المجلة، بضرورة أن يُقتصر مضمون الإعلان في مجلات الأطفال على تقديم مُنتجات وسلع وخدمات خاصة بالطفل، ربما بسبب حرصهم على تحقيق الربح المادي للمجلة، بغض النظر عن حق الطفل بالحصول على مجلة تكون مُخصصة بكامل صفحاتها له، ولا يُنافس الإعلان موضوعاتها.

من جانب أخر، تبيّن من النتائج التحليلية حصول فئة بريد القراء على درجة مُتقدمة بين فئات الفنون الصحفية التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة، الأمر الذي يُعدّ من أحد أهم ايجابيات المجلة؛ إذ إن إتاحة المجال أمام الأطفال للمُشاركة في تحرير وكتابة مواد مجلتهم، يُساعد في تقوية علاقة الطفل بمجلته، ليُصبح مع مرور الوقت صديقاً

دائما لها، كما تُشجع الطفل على الكتابة، وتحثه على المطالعة المُستمرة، وتمنحه القدرة على التعبير عن ذاته، وتُظهر موهبته الأدبية وتُنمّيها.

وتجدر الإشارة هنا، إلى أن «حاتم» منحت الأطفال فرصة المُشاركة في تحرير مواد مجلتهم، سواء بنشر إسهاماتهم وإبداعاتهم، أو عبر اتفاقها مع مجموعة من الأطفال في مُختلف أنحاء المملكة، لمُباشرة العمل كمندوبين صحفيين للمجلة في مدارسهم تحت اسم (الصحفي الصغير)، وذلك بعد تدريبهم على مبادىء كتابة الخبر والتحقيق والحوار ومهام المندوب الصحفي، في محاولة جادة منها لتوفير ملاكات صحفية تنمو منذ الصغر، وهو ما يُحسب لصالح المجلة.

أمّا فيما يتعلّق بفئة المقال الصحفي، كشفت النتائج السابقة، عن احتلال المقال الافتتاحي مركز الصدارة بين أنواع المقالات، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة؛ الأمر الذي يُمكن تفسيره بحرص المجلة على نشر الافتتاحية في بداية كل عدد من أعدادها تقريباً، تحت عنوان (همسة) الذي تحول فيما بعد إلى (مرحبا). ويُشار أن افتتاحية الأعداد الأولى من مجلة «حاتم»، كانت موقعة بقلم رئيس مجلس إدارة «الرأي» آنذاك الدكتور خالد الكركي، قبل أن يتكفل رؤساء تحرير المجلة المُتعاقبين بكتابتها، كإسهامات خاصة منهم.

ب- الفنون الأدبية:

حازت القصة على المرتبة الأولى بنسبة (42.2%)، فيما جاءت القصة المصورة في المرتبة الثانية بنسبة (22.2%)، تلاها في المرتبة الثالثة المُسلسل المصور بنسبة مئوية بلغت (18.9%)، ثم الشعر بنسبة (5.6%)، في حين حلّت السير والتراجم في المرتبة الخامسة بنسبة إجمالية مقدارها (7.8%)، أمّا المرتبة السادسة والأخيرة، فكانت من نصيب الحكم والأمثال بنسبة (3.3%) من إجمالي الفنون الأدبية، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

تبيّن من النتائج السابقة، تنوّع الفنون الأدبية التي تم استخدامها في مجلة «حاتم»، بين القصص، والمُسلسلات المصورة، والشعر والسير والتراجم، والحكم والأمثال؛ بما يُنمّي ذائقة الطفل الأدبية، ويُسهم في تنمية الخيال وقوّة الإبداع لديه.

من ناحية أخرى، كشفت النتائج عن تصدّر القصة للفنون الأدبية التي تم استخدامها في عيّنة التحليل، وهي نتيجة طبيعية في ظل أن الأسلوب القصصي يُعدّ من أنسب الوسائل لمُخاطبة الطفل؛ لما للقصة من دور مُهم في تنشئة الأطفال، وفي تبصيرهم بالقيم الأخلاقية، وإكسابهم كثيراً من المعارف والعادات السلوكيّة المرغوب بها، فضلاً عن دورها في تقديم نماذج للتفاعل الاجتماعي بين أفراد المجتمع.

جـ- الأشكال التحريرية الأخرى:

جاءت التسالي والألعاب في المرتبة الأولى بنسبة (35.3%)، تبعتها فئة أخرى بنسبة (15.3%)، ثم الفكاهات والطرائف في المرتبة الثالثة بما نسبته (18.8%)، تلتها الأحاجي والألغاز بنسبة مئوية بلغت (14.1%)، فالمسابقات بنسبة إجمالية مقدارها (7.1%)، في حين جاءت فئة رسوم للتلوين في المرتبة السادسة وما قبل الأخيرة بنسبة (5.9%)، ثم الكلمات المُتقاطعة في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة (3.5%) من إجمالي الأشكال التحريرية الأخرى، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم».

أظهرت النتائج السابقة، نجاح مجلة «حاتم» بتحقيق التسلية والترفيه لقرائها الأطفال؛ عبر ما تضمّنته من تسالي وألعاب، وفكاهات وطرائف، وأحاجي وألغاز، ومُسابقات، ورسوم للتلوين، وكلمات مُتقاطعة، تُنمّي عقل الطفل وتوسّع مداركه وتعود عليه بالفائدة، وتدعم ما تُقدّمه له المجلة من معارف ومعلومات ومواد ثقافية متنوّعة.

❖ **الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما مواقع المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم على صفحات عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟**

للإجابة عن الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات مواقع المواد التحريرية لمتضمنة للمعلومات والقيم، على صفحات عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

جاء النصف الأول من المجلة في الترتيب الأول بنسبة (44.3%)، تلاه النصف الثاني من المجلة بنسبة (42.0%)، ثم صفحتا الوسط أو (قلب المجلة) في الترتيب الثالث بنسبة مئوية بلغت (3.3%)، تبعه بطن الغلاف الأول بنسبة (3.1%)، وبطن الغلاف الأخير بنسبة (2.7%)، والغلاف الأول بنسبة (2.4%)، وأخيراً الغلاف الأخير بنسبة (2.2%) من إجمالي مواقع المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم، على صفحات عيّنة الدراسة من أعداد المجلة.

اتضح من النتائج أعلاه، أن ترتيب المواد التحريرية على صفحات مجلة «حاتم»، جاء متفقاً مع درجة أهميّة هذه المواقع؛ إذ احتل النصف الأول من المجلة المرتبة الأولى، تبعه النصف الثاني، الأمر الذي يؤكد على الأهميّة الصحفية لهذين الموقعين، وبالتالي استغلالهما من قبل القائمين على إصدار المجلة، في نشر المواد التحريرية المتنوّعة، صحفية كانت أو أدبية.

وتجدر الإشارة هنا، أن موقع صفحتي الوسط أو (قلب المجلة)، اللتين تمتازان بسهولة وصول الطفل القارئ إليها، عادة ما كانت تُستغل لنشر مواد التسلية والترفيه في المجلة، من ألعاب وأحاجي وألغاز ومُسابقات وغيرها.

من جهة ثانية، كشفت النتائج عن تدني نسب المواد التحريرية المنشورة على صفحات الغلافيين وبطنهما؛ ما يُعزى إلى أن «حاتم» دأبت على نشر الإعلانات التجارية بقياس الصفحة الكاملة على هذين الموقعين؛ ربما لما تتمتع به هذه الصفحات، من أهميّة خاصة في جذب القارئ.

❖ الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما المساحة التي شغلتها المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات المساحة، التي شغلتها المواد التحريرية لمتضمنة للمعلومات والقيم، في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

جاءت مساحة صفحة في المرتبة الأولى بما نسبته (41.6%)، ثم مساحة نصف صفحة فأكثر بنسبة (18.6%)، تبعتها مساحة ربع صفحة فأكثر بنسبة (16.6%)، فيما جاءت مساحة صفحتين في المرتبة الرابعة، وبنسبة إجمالية بلغت (13.5%)، تلتها مساحة أكثر من صفحتين بنسبة (9.0%)، وأخيراً جاءت مساحة أقل من ربع صفحة في المرتبة السادسة والأخيرة، بنسبة مئوية بلغت (0.7%).

تبيّن من النتائج أعلاه، أن أغلب المواد التحريرية التي تضمّنتها عيّنة التحليل، شغلت مساحة صفحة واحدة؛ ويُمكن تفسير ذلك بسيادة الإعلانات على الفنون الصحفية، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة، والتي أُعتيد على نشرها بقياس الصفحة الواحدة، ربما رغبة من المُعلنين في إبراز مضامين إعلاناتهم، وبالتالي ضمان وصولها إلى الجمهور المُستهدف.

من ناحية أخرى، كشفت النتائج التحليلية عن تنوّع المواد التحريرية في الصفحة الواحدة، إذ كانت تتضمن كل صفحة من صفحات المجلة، ما يزيد عن مادتين تحريريتين؛ اتضح ذلك من خلال حصول فئتي مساحة نصف صفحة فأكثر وربع صفحة فأكثر، على مركزين مُتقدمين بين فئات المساحات التي شغلتها المواد التحريرية في عيّنة الدراسة؛ وهو ما يعكس تنوّع مضامين المجلة، بما يُتيح للطفل اكتساب معلومات ومعارف متنوّعة وعديدة.

❖ الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما أنواع عناوين المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات أنواع عناوين المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبيّن من النتائج الآتية:

حلّ العنوان الرئيسي في المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت (61.0%)، في حين جاء العنوان الثابت في المرتبة الثانية بنسبة (19.5%)، تلاه العنوان الفرعي بنسبة (6.9%)، ثم العنوان الجانبي بنسبة (5.8%)، فيما حاز

العنوان التمهيدي على المرتبة الخامسة بنسبة مئوية مقدارها (4.0%)، وأخيراً جاءت كل من فئة عنوان الغلاف وفئة بلا عنوان في المرتبة السادسة، وبنسبة (1.4%) لكل منهما.

ت النتائج أعلاه، مدى اهتمام المجلة موضوع الدراسة بالعنوان كعنصر تيبوغرافي أساسي في بناء الصفحات وتحديد هيكلها العام، وحيث أنه لابد وأن يكون لكل موضوع منشور في أي صحيفة أو مجلة، عنوان رئيسي يُعبّر عنه؛ حلّ العنوان الرئيسي في مركز الصدارة بين إجمالي أنواع العناوين، التي تم استخدامها في العيّنة التحليلية من أعداد مجلة «حاتم»، وذلك بنسبة مئوية فاقت (50%).

من ناحية أخرى، أظهر ت النتائج حصول العنوان الثابت على المرتبة الثانية في ترتيب أنواع عناوين المواد التحريرية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؛ ويُمكن تفسير ذلك بكثرة الزوايا والأبواب الثابتة وشبه الثابتة في المجلة، مثل: زاوية (سلة أخبار)، (مُسابقة حاتم)، (ستاد حاتم)، (العيادة)، (أسود وأبيض)، (كتاب أعجبني)، (كانوا صغارا)، (واحة الأيمان)، (حقائق وأسرار)، (من مفكرتي)، (بنات .. بنات)، (اضحك مع الظرفاء)، (تسالي)، (ارسم ولون)، وغيرها العديد من الزوايا والأبواب، التي عكفت «حاتم» على نشرها في كل عدد من أعدادها تقريباً.

❖ **الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني ما طبيعة الألوان المُستخدمة في إبراز المعلومات والقيم المتضمنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟**

للإجابة عن الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الألوان، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مبيّن من النتائج الآتية:

جاءت الألوان الصناعية في الترتيب الأول من حيث نوعيّة الألوان، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة بنسبة (52.6%)، تلتها في الترتيب الثاني الألوان المُختلطة بين الطبيعية والصناعية بنسبة (42.3%)، ثم الألوان الطبيعة في الترتيب الثالث والأخير، بنسبة مئوية بلغت (5.1%).

من جهة ثانية، وضّحت النتائج أن الألوان المُنفصلة جاءت في الترتيب الأول من حيث طريقة مزج الألوان التي تم استخدامها في عيّنة التحليل، وذلك بنسبة مئوية مقدارها (56.2%)، ثم الألوان المُختلطة بين المُنفصلة والمُركّبة في الترتيب الثاني بنسبة (35.6%)، وأخيراً الألوان المُركّبة بنسبة (8.2%).

أظهرت النتائج أعلاه، سيطرة الألوان (الصناعية المُنفصلة) على طبيعة الألوان التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد المجلة المبحوثة، سواء كان ذلك في الرسوم التي زخرت بها صفحات المجلة أو في الأرضيات، في حين قلّ استخدام الألوان (الطبيعية المُركّبة)، والتي عادة ما تكون في الصور الفوتوغرافية، التي تُظهر الألوان على هيئتها الواقعية أو الحقيقية؛ ما يعكس بالنهاية تفوق الرسوم الملونة على الصور الفوتوغرافية في مجلة «حاتم»،

الأمر الذي يتفق تماماً مع مُتطلبات صحافة الطفل، التي تمتاز بالرسوم والألوان؛ بما يُضفي عليها منظراً جذاباً ومُحبباً لدى الطفل.

❖ الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما أنواع الإطارات التي أحاطت بالوحدات الطباعية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الإطارات، التي تم استخدامها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

حصلت الإطارات المُسطّحة على المرتبة الأولى بنسبة (50.0%)، تلتها في المرتبة الثانية فئة بلا إطارات بنسبة إجمالية بلغت (39.2%)، ثم فئة الإطارات المُختلطة بنسبة مئوية مقدارها (5.4%)، في حين جاءت الإطارات المرسومة في المرتبة الرابعة بما نسبته (3.2%)، والإطارات الزخرفيه في المرتبة الخامسة بنسبة (1.5%)، بينما حلّت الإطارات المُجسّمة في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة لم تتجاوز (0.7%).

كشفت النتائج السابقة، عن سيطرة استخدام الإطارات المُسطّحة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، وقلة استخدام الإطارات الزخرفيه والمُجسّمة بالمُقابل؛ مما يعكس بساطة أسلوب الإخراج الصحفي للمجلة موضوع الدراسة، بما يتناسب مع قُدرات الطفل على استخدام عينيه، ويُساعده على التركيز بحيث لا ينشغل بالتفاصيل، ويُيسّر له القراءة، ويُنمّي قابليته على التذوق الفني، ويُساعده على تكوين صور ذهنية إيجابية.

❖ الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما نوعيّة الصور الفوتوغرافية التي رافقت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

للإجابة عن الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الصور الفوتوغرافية، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

حصدت الصور الموضوعية المرتبة الأولى بنسبة (38.0%)، في حين جاءت الصور الشخصية في المرتبة الثانية بنسبة (23.6%)، والصور الإعلانية في المرتبة الثالثة وبنسبة إجمالية بلغت (22.5%)، فيما كانت نسبة الصور الإخبارية (8.5%)، والصور الجمالية (7.4%)، من إجمالي الصور التي تضمّنتها عيّنة التحليل.

اتضح من النتائج السابقة، مدى اهتمام مجلة «حاتم» بالصور الموضوعية، والتي تَرافقَ نشر أغلبها مع الموضوعات العلمية والجغرافية بشكل عام، مثل: صور النجوم والكواكب، وصور الحيوانات والنباتات، وصور متنوّعة من البلدان حول العالم، وغيرها من الصور الموضوعية، التي رافقت المواد التحريرية في عيّنة الدراسة، واتصلت بما تحمله هذه المواد من معاني وعبّرت عنها.

من ناحية أخرى، أظهرت النتائج، احتلال الصور الشخصية ترتيباً مُتقدماً أيضاً بين إجمالي أنواع الصور، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد المجلة المبحوثة؛ إذ عادة ما كانت الصور الشخصية في المجلة ترافق زاوية

(كانوا صغارا)، التي كانت تعرض طفولة المُبدعين والمشاهير والعلماء من العرب والأجانب، في محاولة من«حاتم» على تشجيع قرائها الأطفال على الاقتداء بالناجحين، كما شاع نشر الصور الشخصية بمُحاذاة زوايا (مُساهمات القراء) و(رسائل المندوبين) و(ألووو حاتم)، والتي كانت جميعها تحاكي فكرة (بريد القراء)؛ ما يعكس اهتمام المجلة بتشجيع قرائها الأطفال على المُشاركة في تحرير مواد مجلتهم، من خلال نشر إسهاماتهم وإبداعاتهم على صفحاتها، خاصة وأن الطفل يسعد عندما يرى موضوعه منشوراً في مجلته ومصحوباً بصورته وقد ذُيّل باسمه.

❖ **الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما نوعيّة الرسوم التي صاحبت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟**

للإجابة عن الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الثاني، تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لفئات الرسوم، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»، كما هو مُبيّن من النتائج الآتية:

جاءت الرسوم التعبيرية في المرتبة الأولى بنسبة (69.0%)، والرسوم الجمالية في المرتبة الثانية بنسبة (18.8%)، فيما حلّت الرسوم التوضيحية في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية مقدارها (9%)، والرسوم الشخصية في المرتبة الرابعة والأخيرة بما نسبته (3.2%).

أظهرت النتائج أعلاه، حصول الرسوم التعبيرية على مركز الصدارة بين أنواع الرسوم، التي تضمّنتها عيّنة الدراسة فيما جاء توظيف المجلة للرسوم الشخصية شحيحاً، وبتكرار لم يتجاوز (11) مرة فقط، وتتفق هذه النتيجة مع أهميّة الرسوم التعبيرية، في شرح وتوضيح المعاني المُتضمّنة في المواد التحريرية المُصاحبة لها، وفي إحداثها تأثيرات نفسية على الطفل.

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

يُناقش هذا الفصل أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وذلك في ضوء الدراسات والأبحاث السابقة، والنظريات الإعلاميّة المُستخدمة فيها، كما يتضمن هذا الفصل، عدداً من التوصيات والمُقترحات التي أفضت إليها الدراسة.

أولاً: مُناقشة نتائج الدراسة

نتائج سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» وما تراتبيتها؟

أ- المعلومات

قدّمت مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، معلومات متنوّعة إلى الطفل الأردني، جاء في مُقدمتها المعلومات الترفيهية بنسبة مئوية بلغت (21.8%)، تلتها المعلومات الاجتماعية، والعلمية، ثم المعلومات الأخرى؛ (كالمعلومات التجارية، والتقنية، والتربوية، والبيئية)، فيما كانت المرتبتين الأخيرتين، من نصيب كل من المعلومات الرياضية والسياسية، والتين ظهرتا بنسب بسيطة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة السندوبي (1983)[185]، التي أظهرت غلبة المضمون الترفيهي المُقدّم في مجلة "ميكي" المُترجمة، ومع نتيجة دراسة البحيري (1999)[186]، التي كشفت عن تفوق المضمون الترفيهي المُقدّم في كل من مجلتي "سمير" و"علاء الدين" الموجّهتين للأطفال في مصر، وكذلك مع نتيجة دراسة عبويني (2008)[187]، التي بينت حصول المضمون الترفيهي على المرتبة الأولى، بين المضامين المُقدّمة في مجلة «حاتم» الأردنية.

فيما تختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة فهمي (1988)[188]، التي أفضت إلى إسهام مجلتي "ميكي" و"سمير" المصريتين، بالإضافة إلى مجلة "ماجد" الإماراتية؛ في إمداد الأطفال بالعديد من المعلومات، في مُقدمتها المعلومات العلمية، والتاريخية، والدينية، والجغرافية.

وتختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة عبد الرحمن (2012)[189]، التي أسفرت عن حلول المضامين العلمية والتكنولوجية في المرتبة الأولى، بين المضامين المعرفية المُقدّمة في مجلتي "ماجد" و"باسم" الخليجيتين.

---

[185]() السندوبي، إيمان السعيد محمد، 1983، مرجع سابق.
([186]) البحيري، لمياء رشدي، 1999، مرجع سابق.
([187]) عبويني، عماد، 2008، مرجع سابق.
[188]() فهمي، نجوى عبد السلام عبد العزيز،1988، مرجع سابق.
([189]) عبد الرحمن، سناء جلال، 2012، مرجع سابق.

وبالنظر إلى نظرية ترتيب الأولويات، إحدى النظريات الإعلاميّة التي اعتمدت عليها الدراسة، نجد أن مجلات الأطفال التي تضع في قمة أولوياتها تقديم المضمون والمعلومات الترفيهية، ومن ضمنها مجلة «حاتم» محل الدراسة، تعكس هذا الاهتمام لدى قرائها الأطفال، ما يجعل المضمون الترفيهي في قمة أولوياتهم، بل ويطالبون بالمزيد من هذه المضامين الترفيهية؛ إذ أشارت نتائج كل من دراسة (انتليتز) (1990)[190] ودراسة اليونس وزملائه (2006)[191] الميدانيتين، إلى أن الموضوعات الشيّقة والخفيفة، ذات الطابع الترفيهي، تُعدّ من أكثر الموضوعات مقروئية في مجلات الأطفال محل الدراستين.

من جهة ثانية، تعكس هذه النتيجة تركيز مجلة «حاتم» على تحقيق وظيفة التسلية والترفيه لقرائها الأطفال، دون أي تقديرٍ منها للعواقب، التي من شأنها إفساد عقلية الأطفال؛ خاصة وأن المضمون الترفيهي المُقدم في المجلة، لا يحتوي على أيّة قيمة حقيقية ولا يوحي بمبدأ، كما أنه لا يزيد من خبرات الأطفال أو يُثري تجاربهم، بل يصرفهم عن حاجاتهم المعرفية؛ كحاجتهم إلى المعرفة والاطلاع، وإشباع فضولهم الطفولي، ورغباتهم بكل ما يُنمّي خيالهم، ويُعمّق تصوراتهم، ويستثير نشاطهم المعرفي والحسي.

ب- القيم

جاءت مجموعة القيم الجمالية مثل: (مُمارسة المواهب والهوايات، المُحافظة على سلامة الجسم، والاستمتاع بالخبرة الجديدة، والمُحافظة على البيئة) في صدارة مجموعات القيم التي تضمّنتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وبنسبة إجمالية مقدارها (22.1%)، تلتها مجموعة القيم النظرية (المعرفية) مثل: (التفكير، والتخيّل والاستنتاج، وحب العلم والمعرفة، وحب المُطالعة)، ثم مجموعة القيم الذاتية مثل: (السعادة والسرور، والحرص والانتباه، والإرادة والتصميم، والتحصيل والنجاح)، ومجموعة القيم الاقتصادية مثل: (التخطيط والتنظيم، والعمل والإنتاج، والادخار، واحترام العمال وتقديرهم)، تبعتها مجموعة القيم الاجتماعية مثل: (مُساعدة الضعيف، التعاون، والمساواة، وتقبُل آراء الآخرين، والصداقة)، فمجموعة القيم الأخلاقية مثل: (الكرم والعطاء، التضحية والإيثار، الأمانة، والوفاء، الاعتذار)، بينما حلّت مجموعتي القيم الدينية والسياسية، في أخر مرتبتين في ترتيب السلم القيمي المُقدّم في المجلة.

وبالعودة إلى نظرية ترتيب الأولويات، فإن القيم التي تُقدّمها مجلات الأطفال لقرائها الصغار، تختلف من مُجتمع لأخر ومن بيئة لأخرى؛ تبعاً لترتيب السلم القيمي في المُجتمع الذي تصدر فيه المجلة؛ لذا تختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة السندوبي (1983)[192]، التي أظهرت اهتمام مجلتي "ميكي" و"سمير" الصادرتين في مصر، بنشر مجموعة القيم الاجتماعية الايجابية على صفحاتها، كما تختلف هذه النتيجة عن ما تم التوصل إليه في دراسة

([190]) Antlitz, P. 1990, previous reference.

([191]) اليونس، يونس، وآخرون، 2006، مرجع سابق.

[192]() السندوبي، إيمان السعيد محمد، 1983، مرجع سابق.

علي (1997)[193]، من حيث تصدّر القيم الدينية في كل من مجلة "علاء الدين" المصرية ومجلة "باسم" السعودية، وعن نتيجة دراسة الأنصاري (2006)[194]، التي كشفت عن اهتمام مجلة "براعم الإيمان" الكويتية، بنشر المضامين التي تتناول القيم الأخلاقية.

ووفقاً لنظرية الغرس الثقافي، أولى النظريات الإعلاميّة الثلاث التي استندت إليها الدراسة، نجد أنه يُمكن لمجلات الأطفال إحداث الرنين للقيم الايجابية السائدة في المُجتمع، عبر تقديم هذه القيم وتكثيف النشر حولها؛ بما يضمن على المدى البعيد، خلق اتجاهاً سائداً لدى جمهور الأطفال، بأن هذه القيم هي القيم المُثلى والمُفضّلة في مُجتمعهم، وهو ما يتفق مع ما أشارت نتائج دراسة (بيلشز) (1978)[195]، من حيث أن مجلات الأطفال تُسهم في رفع الوعي الثقافي والقيمي العام لدى جمهور الأطفال الذين يستخدمون هذه المجلات.

وفي ضوء هذه النتيجة التي توصلت إليها الدراسة، يُمكن القول أن مجلة «حاتم» لم توازن بين مجموعات القيم التي قدمتها إلى الطفل الأردني؛ إذ تركّز اهتمُامها على غرس القيم الجمالية، وهي القيم التي تُنمّي الحس الجمالي والتذوق الفني لدى الفرد؛ فيُمارس هواياته الأدبية والفنية، ويشعر بالسعادة في رحلاته وخبراته الجديدة، ويتمتّع بالجمال الطبيعي والفني؛ ما يُلهمه التعبير الذاتي المُبدع كما في الشعر والرسم وغير ذلك، في حين ضعف اهتمامها بتقديم مجموعات قيمية أخرى مُهمّة إلى الطفل، مثل:

- مجموعة القيم الاقتصادية، التي تُعنى بما يمس الفرد من أمور يومية حيوية، عبر احتكاكه بالمُجتمع وتعامله مع أفراده، من ذوي المهن والأعمال اللازمة لاستمرارية الحياة على وجهها الأكمل.
- مجموعة القيم الاجتماعية، التي تُعنى بمجموعة الصفات النبيلة، التي لابد أن يتحلى بها أفراد المُجتمع، وتنعكس من خلال تعاملاتهم القائمة على المحبة المُتبادلة والاحترام، بما يعود بالمنفعة المُتبادلة عبر المصلحة الجماعية لأفراد المُجتمع جميعاً.
- مجموعة القيم الأخلاقية، التي تدعو إلى التمسك بالأخلاق الكريمة والخصال الحميدة التي يتحلى بها المُجتمع، لتسوده المحبة والإخاء والتعاون والتكاتف بين أفراده.
- مجموعة القيم السياسية (الوطنية)، التي توجّه الفرد نحو المواطنة الصالحة، والمُشاركة الفعّالة في شؤون مُجتمعه، وتحضّه على المُحافظة على وطنه، والعمل على رفعة شأنه، وإعلاء مراتبه.

وتجدر الإشارة هنا، إلى حساسيّة مجموعة القيم السياسية (الوطنية) وأهميّتها بالنسبة إلى الطفل العربي عموماً والأردني على وجه التحديد، خاصة في ظل ما تشهده المنطقة في الوقت الراهن، من توترات وأزمات وحروب؛

([193]) علي، أسامة عبد الرحيم، 1997، مرجع سابق.
([194]) الأنصاري، عيسى محمد، 2006، مرجع سابق.
([195]) Belsches, J. F. 1978. previous reference.

الأمر الذي يتطلب من مؤسسات التنشئة في أيّ مجتمع عربي، بما فيها وسائل الإعلام، التركيز على غرس قيم حب الوطن، والاعتزاز بالهوية العربية، والحرية، والنصر، والسلام، لدى الأطفال.

- مجموعة القيم الدينية، التي تهتم بتعزيز علاقة الفرد مع الخالق عزّ وجل، وتدفعه إلى التمسّك والالتزام بالتعاليم الدينية السمحة. وفي الفترة الراهنة، تبرز أهميّة غرس القيم الدينية القويمة لدى الأطفال، خاصة مع بداية انتشار الأفكار التضليلية البعيدة عن حقيقة تعاليم ديننا الإسلامي الحنيف.

نتائج الفرع الأول من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما مصادر المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء ترتيب مصادر المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، على النحو الآتي: المواد التحريرية غير مُحددة المصدر في المرتبة الأولى وبنسبة مئوية مقدارها (29.2%)، تبعه محرر المجلة بنسبة (19.2%)، ثم مُعلن تجاري، ثم أحد قراء المجلة من الأطفال، فرسام، وكاتب سيناريو، ومترجم، تلاه أديب، وطبيب، وشاعر، ومصور، فيما حلّ مصدر أخر مُتمثّل (بمتحف الأطفال وباحثة) في المرتبة الأخيرة بنسبة (%.6).

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أبو سنة (2004)[196]، التي أظهرت أن المعلومات عن العالم الخارجي في مجلات الأطفال المصرية محل دراستها، كانت مُحددة القائم بالاتصال أكثر من المعلومات غير مُحددة القائم بالاتصال. كما تختلف النتيجتان من حيث ترتيب المصادر؛ إذ تصدّر القارئ ترتيب مصادر دراسة أبو سنة، تبعه المُحرر، ثم الرسام، فكاتب القصة، وكاتب السيناريو، وأخيراً المصادر الأخرى.

وتبعاً لنظرية تحديد الأطر الإعلاميّة، ثالث نظرية إعلامية اعتمدت عليها الدراسة، فإن مصادر المواد التحررية في أي صحيفة أو مجلة، تُعدّ واحدة من الأدوات التي يُمكن استخدامها في تشكيل الأطر الإعلاميّة.

وفي هذه الدراسة، تنوّعت المصادر التي اعتمدت عليها مجلة «حاتم» في تقديمها للمعلومات والقيم، ولكن من اللافت للانتباه، أن المجلة نشرت نسبة كبيرة من موادها التحريرية دون ذكر مصدر مُحدد لها، رغم أهميّة ذكر مصادر المواد التحريرية المنشورة في صحافة الطفل، في خلق علاقة وطيدة بين الأطفال وصحيفتهم أو مجلتهم.

نتائج الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المجال الجغرافي الذي غطّته المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء المجال الجغرافي المحلي في صدارة المجالات الجغرافية، التي غطّتها المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة مئوية بلغت (33.6%)، تبعه المجال الجغرافي

---

[196]() أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.

غير المُحدد في المرتبة الثانية، ثم المجال الجغرافي العالمي العام، فالمجال الجغرافي العربي، فيما حلّ المجال الجغرافي الدولي في المرتبة الأخيرة بنسبة (7.6%).

وتختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة عبد الرحمن (2012)[197]، التي كشفت عن سيطرة المجال العالمي على المضامين المعرفية، التي تُقدّمها مجلتي "ماجد" و"باسم" الخليجيتين.

وبالاستناد إلى نظرية ترتيب الأولويات أو (وضع الأجندة)، نجد أن مجلات الأطفال تتأثر بالواقع الاجتماعي الذي تصدّر فيه، مما يجعلها تعكس أولويات هذا المُجتمع؛ بمعنى أن مجلات الأطفال تشتق أجندتها من واقع مُجتمعها، من ثم تُقدم محتوى هذا الواقع على صفحاتها.

ووفقاً لنظرية الغرس الثقافي، يُمكن القول أن مجلة «حاتم» اهتمّت بإكساب قرائها الأطفال المعرفة حول واقعهم الاجتماعي، من خلال تركيزها على البيئة المحليّة الأردنية في موادها التحريرية، وبالتالي إحداث الرنين لمعاني وقيم مُعيّنة، تعمل على تضخيم إدراك الأطفال للواقع الاجتماعي الذي يعيشون فيه.

بناءً على ما تقدّم، تكون مجلة «حاتم» قد نجحت بترتيب أولويات قرائها الأطفال، من حيث تركيزها على تغطية المجال الجغرافي المحلي في موادها التحريرية؛ بما يتناسب مع اهتمامات هؤلاء الأطفال ويُلبّي فضولهم بالتعرّف على مُجتمعهم الذي يعيشون فيه، دون إغفالها تغطية المجالات العربية والدولية؛ الأمر الذي أسهم وفقاً لنظرية الغرس الثقافي، في التأثير على معرفتهم وإدراكهم للعوالم المُحيطة بهم، خاصة وان الأطفال يتسمون بالفضول وحب الاستطلاع والاكتشاف، ويتطلعون إلى معرفة الأخبار التي تهمهم في مُجتمعهم والعالم من حولهم.

نتائج الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما المستوى اللغوي الذي تم استخدامه في صياغة المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

اعتمدت مجلة الأطفال الأردنية «حاتم» على الفصيحة المُعاصرة في تقديمها للمعلومات والقيم ضمن موادها التحريرية؛ إذ حازت الفصيحة المعُاصرة على المرتبة الأولى بنسبة (93.4%) من إجمالي المستويات اللغوية التي تم استخدامها في المجلة، تلتها اللهجة العامية بنسبة (3.1%)، في حين جاءت اللغات الأخرى مُتمثلة (باللغة الانجليزية) في المرتبة الثالثة، فالمُختلطة بين الفصيحة المُعاصرة واللهجة العامية في المرتبة الرابعة، فيما حلّت الفصيحة التراثية في المرتبة الأخيرة، وبنسبة مئوية لم تتجاوز (4.%) فقط.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة الأنصاري (2005)[198]، التي كشفت عن تصدّر الفصيحة المُبسطة في تقديم المعلومات المُتضمّنة في مجلة "العربي الصغير" الكويتية، ومع نتيجة دراسة الأنصاري كذلك (2006)، التي أظهرت اعتماد مجلتي "براعم الإيمان" و"العربي الصغير" الكويتيين، على الفصيحة المُبسطة في

---

(197) عبد الرحمن، سناء جلال، 2012، مرجع سابق.
(198) الأنصاري، عيسى محمد، 2005، مرجع سابق.

تقديمهما للقيم، ومع نتيجة دراسة كل من الراشد والحميد (2011)[199]، التي أسفرت عن نجاح مجلتي "باسم" و"وسنان" السعوديتين، في تقديم القيم الجمالية باللغة العربية الفصيحة المُبسطة، وبأسلوب تعبير سهل.

وبوجه عام، تُعدّ عملية استخدام اللغة بما يُفسّر الأحداث ويؤثّر على مُدركات الجمهور لأهميّة القضايا المُثارة، إحدى أهم خطوات عملية وضع الأجندة وفقاً لنظرية ترتيب الأولويات. وعليه، تكون مجلة «حاتم» قد وفّقت في توظيفها للفُصحى المُبسطة والواضحة؛ بما يؤثّر إيجاباً على إدراك قرائها الأطفال للمعلومات والأفكار والمفاهيم الواردة فيها، وتبنّيهم لما تضمّنته من مُثل وقيم وأخلاقيات؛ ذلك أن اختيار الألفاظ والعبارات السهلة والبسيطة من جهة، والدالة والمُعبّرة من جهة ثانية، يُعدّ من أهم شروط استخدام اللغة في صُحف ومجلات الأطفال، وذلك بحسب نتائج دراسة (انتليتز) (1990)[200]، التي أظهرت أن سهولة قراءة المجلة، تُعدّ من أهم المواصفات الايجابية لمجلات الأطفال.

نتائج الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما صور الفاعل التي تم استخدامها في المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

ظهر الفاعل على صورة أو (هيئة) إنسان في المواد التحريرية المنشورة في مجلة الأطفال الأردنية مجلة«حاتم» بنسبة (57.3%)، توزعت على النحو الآتي: صور متنوّعة للإنسان أو (أكثر من شخصية إنسانية) بنسبة (24.6%)، ثم رجل بنسبة (23.4%)، وطفل بنسبة (20.2%)، وطفلة بنسبة (18.1%)، وأخيراً امرأة بنسبة مئوية بلغت (13.7%) من إجمالي نسب صور الإنسان، التي تضمّنتها المواد التحريرية المنشورة في المجلة.

من جهة ثانية، غاب الفاعل عن ما نسبته (17.1%) من المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في مجلة «حاتم»، ثم جاءت صورة حيوان في المرتبة الثالثة، تلاها صورة جماد، فيما حلّت كل من الصور الأخرى مثل: (وحش، وغول، ودمية، ومارد المصباح السحري) ونبات في المرتبة الخامسة والأخيرة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة السندوبي (1983)[201]، التي أظهرت ارتفاع نسبة الاهتمام بإبراز البطولات الجماعية في مجلة "ميكي" المُترجمة، ومع نتيجة دراسة علي (1997)[202]، من حيث ظهور الفاعل أو (البطل) على صورة أو (هيئة) إنسان بأعلى نسب في مجلتي "علاء الدين" المصرية ومجلة "باسم" السعودية، وكذلك مع نتيجة دراسة كل من الراشد والحميد، (2011)[203]، التي كشفت عن تصدّر الإنسان للشخصيات المُقدّمة في مجلتي "باسم" و"وسنان" السعوديتين. فيما تختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة علي (1997)[204]،

---

(199) الراشد، مضاوي عبد الرحمن، والحميد، سهير محمد، 2011، مرجع سابق.

(200) Antlitz, P. 1990, previous reference.

201() السندوبي، إيمان السعيد محمد، 1983، مرجع سابق.

(202) علي، أسامة عبد الرحيم، 1997، مرجع سابق.

203() الراشد، مضاوي عبد الرحمن، والحميد، سهير محمد، 2011، مرجع سابق.

(204) علي، أسامة عبد الرحيم، 1997، مرجع سابق.

التي أسفرت عن ظهور الدور الاجتماعي (الطفل)، أكثر من غيره من الأدوار الاجتماعية الأخرى المُقدّمة في مجلتي الدراسة.

وبالاستناد إلى نظرية الغرس الثقافي، فإنه يُمكن لمجلات الأطفال تعليم الطفل طبيعة الأدوار الاجتماعية التي ينبغي أن يقوم بها، بحسب مُتغيرات النوع الاجتماعي (الجندر)، والعمر، والطبقة الاجتماعية، التي ينتمي لها، وذلك من خلال ما تُقدّمه له المجلة من قصص، وحكايات، ومسلسلات مصورة وغيرها من الأشكال والفنون التحريرية الأخرى؛ الأمر الذي يُساعد الطفل على تشكيل صور ذهنية حول الموضوعات المطروحة في المجلة.

كما تستعين مجلات الأطفال -وفق النظرية ذاتها- بصور مألوفة لدى قرائها؛ لتُقرّب لهم المعاني والمفاهيم المُجرَّدة مثل: الحق، والعدل، والخير، ونحوها من المعاني والمفاهيم الأخرى، التي يجهلها الأطفال بسبب ضعف ادراكاتهم؛ فعلى سبيل المثال: يُمكن تقديم صورة الشر على هيئة إنسان قبيح، وصورة الجمال على هيئة طفله جميلة، وصورة الخير على هيئة شيخ جليل، وهكذا.

وبحسب النظرية نفسها، فإن مجلات الأطفال تستخدم صور الحيوانات للدلالة على الرموز؛ فالكلب يرمز للوفاء، والأسد للشجاعة، والثعلب للمكر والخداع، والحمام للسلام.

وفي هذه الدراسة، فإن تصدّر الإنسان لصور الفاعل التي تم تقديمها في مجلة «حاتم»، لهو دليلٌ قوي على نجاح المجلة بتعريف الطفل بدوره الاجتماعي وبأدوار الآخرين، ونجاحها كذلك بربط الطفل بالواقع الذي يعيش فيه بعيداً عن الخرافات والأوهام، إضافة إلى تنمية الروح الجماعية لدى قرائها الأطفال، ومُساعدتهم على التكيّف الاجتماعي.

على صعيد أخر، كشفت هذه النتيجة عن عدم تحيّز المجلة لجنس اجتماعي دون الأخر من قرائها الأطفال؛ اتضح ذلك من خلال النسب المُتقاربة لظهور الطفل والطفلة كصور للفاعل في موادها التحريرية المُختلفة.

ويُشار إلى أن الطفل عموماً، يُفضّل قراءة القصص التي تكون الشخصية الرئيسة فيها من نفس جنسه أو نوعه؛ كما أنه يُظهر ميلاً إلى قراءة القصص التي تكون شخصياتها في مثل عمره؛ ذلك أن الطفل يتخيّل نفسه البطل.

نتائج الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما اتجاه المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حاز الاتجاه المؤيّد على المرتبة الأولى في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (48.0%)، تبعه الاتجاه المُحايد في المرتبة الثانية، ثم الاتجاه المُعارض، فيما كانت المرتبة الرابعة والأخيرة، من نصيب الاتجاه المُختلط بنسبة (3.8%).

وقياساً على نظرية تحليل الأطر الإعلاميّة، التي تقوم على أساس أن الوسائل الإعلاميّة تُنظّم مضامينها في سياقات وأطر إعلامية مُحددة، تؤثّر على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث المُختلفة من حوله، وبما أن اتجاه المضمون الإعلامي يُشير إلى عنصر القوة أو الإثارة، الذي عولجت به المادة الإعلاميّة المنشورة؛ فإن الدراسة تُشير إلى إمكانية إضافة **(الاتجاه)** إلى قائمة أدوات تشكيل الأطر الإعلاميّة المُتعارف عليها؛ ذلك أن اتجاه النص الإعلامي يعكس اهتمام القائم بالاتصال وتحمّسه للموضوع الذي يُقدّمه، وهو الأمر الذي ينتقل إلى الجمهور المُتلقي ليتبنّى بدوره الاتجاه ذاته نحو القضايا والأحداث، سواء بالتأييد أو بالرفض أو بالحياد.

وتأسيساً على ما تقدّم، ساد الاتجاه المؤيّد في المواد التحريرية التي تضمّنت المعلومات والقيم في مجلة«حاتم»؛ وهو ما يُمكن تفسيره بحرص مجلات الأطفال عموماً، على نشر المضامين ذات الأفكار الايجابية، التي من شانها الإسهام في غرس القيم والمُثل العليا لدى الطفل، وتكوين اتجاهاته التي تتفق مع ثقافة مُجتمعه وقيمه وتوجهاته وتطلعاته، إلى جانب ترسيخ ما قدّمته من معلومات وأفكار في أذهان قرائها الأطفال.

نتائج الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما أهداف المواد التحريرية التي تم نشرها في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء هدف إيصال المعلومات، في مقدمة أهداف المواد التحريرية المنشورة في مجلة «حاتم»، وذلك بنسبة (37.2%)، تلاه هدف التسلية والترفيه في المرتبة الثانية بنسبة (13.6%)، فيما حاز هدف غرس القيم على المرتبة الثالثة بنسبته (11.5%)، تبعه هدف تنمية الميول والمهارات، وتنمية التذوق الجمالي، ونقل التراث، ثم تنمية الابتكار والإبداع، تبعه هدف إكساب سلوك وإعطاء قدوة، إلى أن حلّ هدف نقل عادات وتقاليد المُجتمع الأردني في المرتبة الرابعة عشرة والأخيرة بنسبة إجمالية لم تتجاوز (1.%) فقط.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة كل من علي ورزق (1986)[205]، التي كشفت عن اهتمام مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات في مصر بإمداد الطفل بالمعلومات، ومع نتيجة دراسة عبويني (2008)[206]، التي أظهرت حصول هدف تزويد الطفل بالمعلومات على أعلى مرتبة، بين مجموعة الأهداف التي سعت إلى تحقيقها مجلة «حاتم» الأردنية، ومع نتيجة دراسة (أدامسكي) (2011)[207]، التي خلصت إلى أن مجلات الأطفال تُعدّ مصدراً مُهمّاً لنقل المعرفة حول العالم للأطفال، فضلاً عن اتفاقها مع ما توصلت إليه

---

(205) علي، سلوى إمام، ورزق، سامية سليمان، 1986، مرجع سابق.
(206) عبويني، عماد، 2008، مرجع سابق.

(207) Adamski, A. 2011, previous reference.

دراسة عبد الرحمن (2012)[208]، التي أسفرت عن تفوق تحقيق الهدف المعرفي في مجلتي "ماجد" و"باسم" الخليجيتين.

وبالرجوع إلى نظرية ترتيب الأولويات، نجد أن صحافة الطفل عموماً، تهتم بترتيب أولويات قرائها الأطفال، من خلال تركيزها على تقديم منظومات مُتماسكة من المعارف، والحقائق، والمعلومات، حول مُختلف الموضوعات التي تهم الأطفال؛ بقصد إثراء معارفهم، وتنمية قدراتهم الذهنية، وإكسابهم خبرات ومهارات ومفاهيم مُختلفة، تُسهم في إدراكهم للعلاقات بين الأشياء، وتُتيح لهم فرص التعرّف على ما يدور في العالم من حولهم.

وبالتطبيق على مجلة «حاتم»، نجدها رغم تركيزها الواضح على تقديم المعلومات إلى الطفل الأردني، إلا أنها لم تراعِ التوازن من حيث نوعيّة المعلومات المُقدمة؛ إذ اهتمّت بتقديم المعلومات الترفيهية بنسبة عالية بلغت (21.8%)، وذلك على حساب اهتمامها بتقديم المعلومات الدينية، والتاريخية، والأدبية، والجغرافية، التي وردت في المجلة بنسب ضئيلة، كما لوحظ شبه غياب للمعلومات الرياضية والسياسية عن صفحات المجلة، رغم أهميّة هذه المعلومات في بناء معارف الأطفال وتوسيع مداركهم في مُختلف المجالات؛ وربما يرجع السبب في ذلك، إلى عدم وجود أهداف مُحددة للمجلة أو خطة تنفيذ واضحة، مُرتبطة بمدى زمني مُحدد لتحقيق أهداف مُعيّنة.

نتائج الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الأول: ما الأسلوب الذي تم استخدامه في عرض المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

استخدمت مجلة الأطفال الأردنية «حاتم» الأسلوب المُباشر في عرضها للمعلومات والقيم ضمن موادها التحريرية بنسبة مئوية بلغت (57.5%)، في حين بلغ استخدامها للأسلوب غير المُباشر نسبة (42.5%).

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة الأنصاري (2005)[209]، التي أظهرت سيطرة استخدام الأسلوب المُباشر في عرض المعلومات المُقدّمة في مجلة "العربي الصغير" الكويتية، فيما تختلف مع ما توصلت إليه دراسة الأنصاري كذلك (2006)[210]، التي كشفت عن اعتماد مجلتي "براعم الإيمان" و"العربي الصغير" الكويتيتين على الأسلوب غير المباشر في عرضهما للقيم.

مما تقدّم، يُمكن القول أن نسب اعتماد مجلة حاتم على الأسلوبين (المُباشر وغير المُباشر) جاءت مُتقاربة إلى حدٍ ما؛ الأمر الذي يُمكن تفسيره باعتماد المجلة على الأسلوب المُباشر في تقديمها للمعلومات، وعلى الأسلوب غير المُباشر في عرضها للقيم؛ خاصة وأن طبيعة المعلومات تستلزم في أغلب الأحيان استخدام الأسلوب المُباشر في عرضها، في حين أن القيم عادة ما تُقدم بشكل مُستتر أو غير مُباشر، خاصة وأن الأطفال ينفرون من النصائح المُباشرة في توجيههم الأخلاقي.

---

[208]() عبد الرحمن، سناء جلال، 2012، مرجع سابق.
([209]) الأنصاري، عيسى محمد، 2005، مرجع سابق.
[210]() الأنصاري، عيسى محمد، 2006، مرجع سابق.

نتائج الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الأول: من الفئة المُستهدفة من جمهور الأطفال في المعلومات والقيم التي تضمّنتها عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم» من حيث النوع الاجتماعي (الجندر) والمرحلة العمرية التي ينتمون لها؟

جاء النوع الاجتماعي (الجندر) غير المُحدد في المرتبة الأولى بالنسبة لنوع جمهور الأطفال المُستهدف في المعلومات والقيم التي تضمّنتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة مئوية عالية بلغت (93.6%)، فيما حلّت فئة الإناث في المرتبة الثانية، وفئة الذكور في المرتبة الثالثة والأخيرة.

ومن جانب أخر، حلّت مراحل الطفولة المُختلطة في الترتيب الأول، بالنسبة للمراحل العُمرية التي استهدفتها المجلة في ما قدّمته من معلومات وقيم، وذلك بنسبة (35.8%)، تلتها مرحلة الطفولة المُتأخرة في الترتيب الثاني، ثم مرحلة الطفولة المتوسطة، فمرحلة المُراهقة، وأخيراً المراحل العُمرية الأخرى بنسبة (6.2%).

مما سبق، تكون هذه النتيجة قد كشفت عن عدم تحيّز مجلة «حاتم» لنوع اجتماعي مُعيّن دون الأخر من قرائها الأطفال؛ إذ حازت فئة النوع الاجتماعي غير المُحدد، على المرتبة الأولى بنسبة مئوية فاقت (90%)، وهو ما يتنافى مع ما توصلت إليه دراسة كل من (مارتنسون وهيننت) (2008)(211)، التي أظهرت أن مجلات الأطفال لا تختلف عن وسائل إعلام الأطفال الأخرى، في تقديمها لأنماط السلوك التقليدية بين الجنسين، وفي الحفاظ على القوالب النمطية المُتحيّزة ضد المرأة.

من جهة ثانية، أظهرت هذه النتيجة عدم نجاح مجلة «حاتم» في تحديد الشريحة العُمرية المُستهدفة بفترة مُحددة من فترات مرحلة الطفولة؛ تبيّن ذلك من خلال حصول فئة المرحلة العُمرية المُختلطة على أعلى نسبة مئوية بمقدار (35.8%)، من إجمالي المراحل العُمرية التي توجّهت لها مضامين المجلة؛ وهو ما يعكس ضعف التخطيط للمجلة، وغياب أهدافها الواضحة، خاصة في ظل ما أشارت إليه الأدبيات عن استحالة نجاح مجلة واحدة، في التوجّه بفاعلية لكل مراحل الطفولة؛ بسبب اختلاف خصائص كل مرحلة، وتباين احتياجاتها، ورغباتها، وقُدراتها على التلقي والإدراك.

---

(211) Martinson, M. & Hinnant, A., 2008, previous reference.

مُناقشة النتائج المُتعلقة بالإجابة عن السؤال الرئيس الثاني: ما وسائل الإبراز المُستخدمة في عرض المعلومات والقيم على صفحات مجلة «حاتم»؟

وتفرّع عن هذا السؤال ثمان أسئلة فرعية، هي:

نتائج الفرع الأول من السؤال الرئيس الثاني: ما الأشكال والفنون التحريرية التي تم استخدامها في عرض المعلومات والقيم المُتضمّنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاءت الفنون الصحفية في المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (68.1%)، تلتها الفنون الأدبية بنسبة (16.4%)، فيما حلّت الأشكال الأخرى في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (15.5%).

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سنة (2004)[212]، التي كشفت عن تفوق استخدام الأشكال الصحفية في كل من مجلة "سمير"، و"علاء الدين"، و"بلبل" المصرية، ومع نتيجة علي (1997)[213]، التي أظهرت استخدام مجلة "علاء الدين" للفنون الصحفية المُختلفة في تقديمها للقيم التربوية للأطفال.

وبحسب نظرية الغرس الثقافي، فإنه يُمكن لمجلات الأطفال إحداث الرنين لمعاني وقيم مُعيّنة، عبر التنويع في أساليب كتاباتها الصحفية. ومن جانب أخر، تُعدّ الأشكال والفنون التحريرية المنوعة، من أبرز أدوات تشكيل الأطر وفقاً لنظرية تحليل الأطر الإعلاميّة؛ الأمر الذي يُفسّر ما أشارت إليه الأدبيات، فيما يتعلّق بقدرة صحافة الطفل على استيعاب ألواناً صحفية وأدبية عديدة.

وبنظرة سريعة على أبرز الأشكال والفنون التحريرية، التي تم استخدامها في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، يتضّح الآتي:

أولاً: الفنون الصحفية: تصدّر الإعلان المرتبة الأولى بنسبة مئوية بلغت (29.5%)، تلاه بريد القراء في المرتبة الثانية، ثم التقرير الصحفي في المرتبة الثالثة، في حين جاءت فئة الفنون الصحفية الأخرى في المرتبة الرابعة، تبعها الخبر الصحفي والتحقيق الصحفي في المرتبتين الخامسة والسادسة على التوالي، أمّا المرتبة العاشرة والأخيرة، فكانت من نصيب الحديث الصحفي، الذي حصل على نسبة محدودة لم تتجاوز (8.%)، فيما غاب الكاريكاتير عن صفحات المجلة.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة كل من الراشد والحميد، (2011)[214]، التي أظهرت عدم مُراعاة مجلتي "باسم" و"سنان" السعوديتين، لتحقيق التوازن في استخدامهما للأشكال الصحفية في مجال تقديم القيم الجمالية؛ إذ ركّزتا على استخدام بريد القراء، والصور والرسوم، والإعلانات، في حين لم تستخدما المقال، والحديث، والخبر، بالقدر الكافي.

---

[212]() أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.
[213]() علي، أسامة عبد الرحيم، 1997، مرجع سابق.
[214]() الراشد، مضاوي عبد الرحمن، والحميد، سهير محمد، 2011، مرجع سابق.

فيما تختلف هذه النتيجة مع نتيجة أبو سنة (2004)[215]، التي كشفت عن تصدّر الخبر القصير للفنون الصحفية المُستخدمة في مجلات الأطفال المصرية الثلاث محل دراستها، وعن نتائج دراسة عبويني (2008)[216]، التي أسفرت عن حصول المقال على أعلى مرتبة في مجال (الجنس الكتابي) في مجلة «حاتم» الأردنية، ولعلّ هذا الاختلاف بين نتائج الدراستين مرده استبعاد الإعلان من التحليل في دراسة عبويني، فضلاً عن كون دراسة عبويني هي دراسة تربوية في حين أن دراستنا إعلامية؛ الأمر الذي ربما تسبب في اختلاف التعريفات الإجرائية لفئات التحليل المُعتمدة في كلا الدراستين، فضلاً عن الفارق الزمني بين الدراستين؛ ما يُظهر احتمالية تغير الأشكال والفنون التحريرية المُستخدمة في المجلة عن ذي قبل.

مما سبق، تكون مجلة «حاتم» قد اهتمّت بتحقيق وظيفة الإعلان والتسويق، أكثر من اهتمامها ببقية الوظائف الأخرى؛ كوظيفة الإعلام والأخبار، ووظيفة التعليم والتثقيف، ووظيفة الشرح والتفسير؛ اتضح ذلك من خلال تصدّر الإعلانات للفنون الصحفية التي استخدمتها المجلة، مُقابل ضعف اهتمامها بالخبر، والتحقيق، والمقال، والحديث، فضلاً عن إهمالها لفن الكاريكاتير الصحفي، رغم ما يحمله من أهميّة في تنميته خيال الطفل، وتحفيزه على التفكير الناقد والإبداعي، وقدرته على تشكيل الصور الذهنية لدى الطفل، عن المواقف والأفكار والقيم المُقدّمة في المواد الصحفية الأخرى.

وفي هذا السياق، تجدر الإشارة إلى أن غلبة الطابع الإعلاني على مضامين الوسائل الإعلاميّة الموجّهة إلى الأطفال بما فيها المجلات، من شأنه خلق نزعة استهلاكية لدى الطفل تحضّه على الشراء والاستهلاك، عوضاً عن غرس العادات الاستهلاكية الجيدة لديه، وصرفه عن البذخ والإسراف.

من ناحية أخرى، كشفت هذه النتيجة عن حصول بريد القراء على مرتبة مُتقدّمة بين الفنون الصحفية، التي استخدمتها مجلة «حاتم» لتقديم المعلومات والقيم؛ الأمر الذي يُمكن ربطه بأهميّة بريد القراء بالنسبة للطفل، فهو يتيح له فرص المُشاركة في تقديم الموضوعات، والاقتراحات، والمعلومات المُختلفة للمجلة، كما يدفعه للاهتمام بما تُقدّمه له المجلة من موضوعات منوعة، ويحضّه على البحث والاستفسار عن المعلومات، ومن ثم إرسالها إلى مجلته ليُصار إلى نشرها على صفحاتها. ومن جهة ثانية، يُمكن الاستدلال من هذه النتيجة على مدى ارتباط الأطفال الأردنيين بمجلة «حاتم» وتعلقهم بها؛ ما دفعهم إلى مراسلتها لنشر أفكارهم ومُقترحاتهم وإنتاجاتهم الأدبية والفنية ضمن موادها التحريرية.

---

[215]() أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.

([216]) عبويني، عماد، 2008، مرجع سابق.

ثانياً: الفنون الأدبية: جاءت القصة في المرتبة الأولى بنسبة (42.2%)، تلتها القصة المصورة في المرتبة الثانية، ثم المسلسل المصور في المرتبة الثالثة، والشعر في المرتبة الرابعة، فسير وتراجم في المرتبة الخامسة، فيما حلّت حكم وأمثال في المرتبة السادسة والأخيرة.

وتتفق هذه النتيجة مع كل من نتيجة دراسة السندوبي (1983)[217]، التي أسفرت عن غلبة الطابع القصصي المصور على مضمون مجلتي "سمير" المصرية و"ميكي" المُترجمة، ودراسة أبو سنة (2004)[218]، التي بيّنت أن القصة جاءت في مُقدمة الأشكال الأدبية المُستخدمة في مجلات الأطفال المصرية الثلاث موضوع دراستها، كما اتفقت مع نتيجة دراسة الأنصاري (2006)[219]، التي كشفت عن اهتمام مجلتي "براعم الإيمان" و"العربي الصغير" الكويتيتين بالشكل القصصي في تقديمهما للقيم الأخلاقية، ومع دراسة عبويني (2008)[220]، التي أظهرت حصول القصة على أعلى مرتبة في مجال (الجنس الكتابي) في مجلة "وسام" الأردنية.

وتأتي هذه النتيجة منطقية، خاصة وأن الأسلوب القصصي يُعدّ من أنسب أساليب مُخاطبة الطفل واستثارة اهتمامه؛ وذلك لما يحمله هذا الأسلوب من جاذبية خاصة لدى الأطفال، فضلاً عن دوره الايجابي في زيادة وعيهم وغرس القيم لديهم، ونجاحه في تقديم المعلومات التي تستهدف تعديل السلوك، وهو ما أكدته نتائج دراسة كل من النجار والفحماوي (1978)[221]، التي كشفت عن تصدّر (قصة العدد) المرتبة الأولى بين الموضوعات المُفضلة لدى الأطفال في مجلة "سامر" الأردنية.

ثالثاً: الأشكال التحريرية الأخرى: جاءت التسالي والألعاب في مُقدمة الأشكال التحريرية التي استخدمتها المجلة في تقديمها للمعلومات والقيم، وذلك بنسبة مئوية بلغت (35.3%)، تبعتها أشكال أخرى في المرتبة الثانية، ثم فكاهات وطرائف، فمُسابقات، ورسوم للتلوين، فيما حلّت الكلمات المُتقاطعة في المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة (3.5%).

وتختلف هذه النتيجة عن ما توصلت إليه دراسة أبو سنة (2004)[222]، التي أسفرت عن حلول بريد القراء في مُقدمة الأشكال الأخرى المُستخدمة في المجلات المصرية محل دراستها، ومن الواضح أن الاختلاف بين النتيجتين، يعود إلى اختلاف الدراستين في تحديدهما لفئات التحليل الخاصة بكل منهما؛ ففي دراسة أبو سنة أُدرج (بريد القراء) تحت الأشكال التحررية الأخرى، في حين ارتأت دراستنا إدراجه تحت الفنون الصحفية.

ويتضّح من هذه النتيجة، مدى تركيز مجلة «حاتم» على تحقيق وظيفة التسلية والترفيه لقرائها الأطفال؛ بما يدعم ما تُقدّمه لهم من معارف ومعلومات ومواد ثقافية متنوّعة، ويُدخل في نفوسهم الفرح والبهجة.

---

[217]() السندوبي، إيمان السعيد محمد، 1983، مرجع سابق.
([218]) أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.
[219]() الأنصاري، عيسى محمد، 2006، مرجع سابق.
([220]) عبويني، عماد، 2008، مرجع سابق.
[221]() النجار، تغريد، والفحماوي، كمال، 1978، مرجع سابق.
([222]) أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.

نتائج الفرع الثاني من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما مواقع المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم على صفحات عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاء موقع النصف الأول من المجلة، في الترتيب الأول بالنسبة لمواقع عرض المعلومات القيم، التي تضمّنتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (44.3%)، تلاه النصف الثاني من المجلة، ثم صفحتا الوسط أو (قلب المجلة) في الترتيب الثالث، تبعه بطن الغلاف الأول، وبطن الغلاف الأخير، والغلاف الأول، فيما جاء الغلاف الأخير في الترتيب السادس والأخير.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سنة (2004)[223]، التي كشفت عن اتفاق المجلات المصرية الثلاث محل دراستها، على نشر موضوعات العالم الخارجي بالدرجة الأولى في نصف المجلة الثاني، وبالدرجة الثانية في نصف المجلة الأول.

وبحسب نظرية ترتيب الأولويات، فإنه يُمكن الاستدلال على أهميّة المادة الإعلاميّة، من خلال موقع أو مكان نشرها؛ فالموضوع الذي يُنشر على الصفحات الأولي في الجريدة أو في بداية نشرة الأخبار، يُعتبر موضوعاً مُهماً بنظر الجمهور.

وفي الوقت نفسه، يُعدّ موقع نشر المادة الإعلاميّة وفقاً لنظرية تحليل الأطر الإعلاميّة، أحد الأدوات التي تستخدمها وسائل الإعلام في تشكيل أطرها الإعلاميّة؛ ذلك أن البعد الشكلي للموضوع مُتمثّلاً في موقع التغطية، وحجمها، ومدى استخدام عناصر تيبوغرافية مُعيّنة؛ كالصور والعناوين وغيرها، يُعدّ من أبرز آليّات التأطير الإعلامي.

من هذا كله، يُمكن اعتبار أن مواقع عرض المعلومات والقيم على صفحات مجلة «حاتم»، جاء متفقاً مع الأهميّة الصحفية لهذه المواقع، وقّدرتها على جذب الطفل القارئ، واسترعاء انتباهه لأهميّة الموضوعات المنشورة.

نتائج الفرع الثالث من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما المساحة التي شغلتها المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

جاءت مساحة الصفحة في الترتيب الأول بالنسبة للحيز الذي شغلته المعلومات والقيم المُتضمّنة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (41.6%)، في حين جاءت مساحة نصف صفحة فأكثر في الترتيب الثاني، ثم مساحة ربع صفحة فأكثر في الترتيب الثالث، تبعتها مساحة صفحتين، ثم مساحة أكثر من صفحتين، فيما حلّت مساحة أقل من ربع صفحة في الترتيب السادس والأخير، وبنسبة محدودة لم تتجاوز (7.%).

---

(223) أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة دراسة علي (1997)[224]، التي بيّنت أنه تم عرض أغلب القيم التربوية، التي تضمّنتها مجلتي "علاء الدين" المصرية و"باسم" السعودية، في مساحة أقل من نصف صفحة.

ووفقاً لنظرية ترتيب الأولويات، فإنه مساحة نشر المادة الإعلاميّة تعكس أهميّتها وحجم بروزها؛ إذ كلما زادت المساحة المُتاحة لعرض المادة، كان ذلك دليلاً على ازدياد الاهتمام بمضمونها. كما أن مساحة النشر، تُعدّ إحدى أدوات التأطير الإعلامي، بحسب نظرية الأطر الإعلاميّة.

وعليه، تكون مجلة «حاتم» قد وفّقت في استخدامها لإطار الصفحة الواحدة، في عرض ما قدمته من معلومات وقيم إلى قرائها الأطفال؛ ذلك أن الصفحة الكاملة تُمثّل مساحة مُناسبة، لعرض الأبعاد الموضوعية والشكلية للمادة التحريرية بشكلٍ مُتكامل.

نتائج الفرع الرابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما أنواع عناوين المواد التحريرية المتضمنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حاز العنوان الرئيسي على المرتبة الأولى بنسبة إجمالية بلغت (61.0%)، في حين جاء العنوان الثابت في المرتبة الثانية، تلاه العنوان الفرعي، ثم العنوان الجانبي، فيما حلّ العنوان التمهيدي في المرتبة الخامسة، وأخيراً جاءت كل من فئة عنوان الغلاف وفئة بلا عنوان في المرتبة السادسة، وبنسبة (1.4%) لكل منهما.

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سنة (2004)[225]، التي كشفت عن اهتمام كل من مجلة "سمير"، و"علاء الدين"، و"بلبل" المصرية، بالعناوين الرئيسة والفرعية.

وبوجه عام، تُمّثل العناوين الصحفية بأنواعها المُختلفة، عنصراً تيبوغرافياً أساسياً لبناء الصفحات، وتحديد هيكلها العام؛ بما يجذب انتباه القراء، ويلفت انتباههم، ويُثير رغبتهم في الاطلاع على ما تتضمنه الصحيفة أو المجلة من موضوعات. كما أنها تُعدّ واحدة من أبرز أدوات تشكيل الأطر الإعلاميّة، التي من شأنها تنظيم المضامين الصحفية بطريقة مُحددة، تؤثر على كيفية إدراك الجمهور المُتلقي للقضايا والأحداث المُختلفة، وتُساعده على تفسيرها.

في ضوء ما سبق، تكون مجلة الأطفال «حاتم»، قد اهتمّت بتأطير ما قدّمته من مضامين منوّعة بعناوين رئيسة وثابتة وفرعية، أسهمت بتنظيم موضوعاتها، وسهّلت على قرائها الأطفال الوصول إلى ما يهمّهم من موضوعات.

---

(224) علي، أسامة عبد الرحيم، 1997، مرجع سابق.
(225) أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.

نتائج الفرع الخامس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني ما طبيعة الألوان المّستخدمة في إبراز المعلومات والقيم المتضمنة في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حازت الألوان الصناعية على مركز الصدارة من حيث نوعيّة الألوان التي استخدمتها مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (52.6%)، تلتها الألوان المُختلطة بين الطبيعية والصناعية، في حين حلّت الألوان الطبيعة في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (5.1%).

من جهة ثانية، جاءت الألوان المُنفصلة في الترتيب الأول من حيث طريقة مزج الألوان التي تم استخدامها في المجلة، وذلك بنسبة مئوية بلغت (56.2%)، ثم الألوان المُختلطة بين المُنفصلة والمُركّبة في الترتيب الثاني، وأخيراً الألوان المُركّبة بنسبة (8.2%).

وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة أبو سنة (2004)[226]، التي أظهرت اتفاق المجلات المصرية الثلاث محل دراستها، على استخدام الأوان المُنفصلة أكثر من الألوان المُركبة.

ومن المعروف أنه لا يُمكن الاستغناء عن الألوان في المطبوعات الموجّة إلى الطفل؛ لما تمتاز به الألوان من قُدرة خاصة على جذب الطفل ولفت انتباهه، فضلاً عن قّدرتها في إيصال المضامين. وعليه، تُشكّل الألوان عنصراً إخراجياً مُهمّاً في مجلات الأطفال؛ فالألوان الزاهية تُعطي المجلة بريقاً يجذب انتباه الأطفال، ويُشجعهم على قراءة موضوعات المجلة.

وفي دراستنا، سيطرت الألوان (الصناعية المُنفصلة) على طبيعة الألوان التي استخدمتها مجلة «حاتم» في تلوين وحداتها الطباعية، مُقابل محدودية استخدام الألوان (الطبيعية المُركّبة)؛ الأمر الذي يعكس تفوق الرسوم الملونة على الصور الفوتوغرافية في المجلة، وهو ما يتفق تماماً مع مُتطلبات صحافة الطفل، التي تمتاز بالرسوم والألوان؛ بما يُضفي البهجة، والتشويق، والمتعة الفنية، والإحساس بالجمال والتذوق الفني.

نتائج الفرع السادس من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما أنواع الإطارات التي أحاطت بالوحدات الطباعية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حصلت الإطارات المُسطّحة على أعلى نسبة مقدارها (50.0%)، تلتها فئة بلا إطارات بنسبة (39.2%)، تبعها فئة الإطارات المُختلطة، ثم الإطارات المرسومة، والإطارات الزخرفيه، في حين حلّت الإطارات المُجسّمة في المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة لم تتجاوز (0.7%) من إجمالي أنواع الإطارات، التي أحاطت بالوحدات الطباعية المنشورة في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم».

وتتمثّل وظيفة الإطارات كعنصر تيبوغرافي مُهم من عناصر الإخراج الصحفي، بإحاطة الوحدة الطباعية وفصلها عن جميع الوحدات الأخرى؛ بغرض فصل المواضيع عن بعضها البعض، كنوع من التصنيف والتبويب

---

[226]() أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.

وتنظيم عملية القراءة وتسهيلها للمُتلقي، كما تُشكّل الإطارات وسيلة مُهمّة في إطار السعي إلى إبراز المضامين الصحفية؛ إذ إن ما بداخل الإطار يُلقي أهميّة خاصة من القراء تفوق ما سواه.

وبالتطبيق على مجلة «حاتم»، نجد سيطرة استخدام الإطارات المُسطّحة وقلة استخدام الإطارات الزخرفيه والمُجسّمة بالمُقابل؛ ما يعكس بساطة أسلوب الإخراج الصحفي المُستخدم، بما يتناسب مع قُدرات الطفل على استخدام عينيه، ويُساعده على التركيز، ويُيسر له القراءة، فيما يُمكن تفسير حصول فئة (بلا إطارات) على نسبة مرتفعة، بين أنواع الإطارات المسُتخدمة في المجلة، باعتماد «حاتم» على مساحة الصفحة الكاملة لنشر أغلب موضوعاتها، الأمر الذي يُبرز المادة التحريرية ويفصلها عن المواد الأخرى، فلا يعود هناك حاجة مُلحّة للإطارات.

نتائج الفرع السابع من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما نوعيّة الصور الفوتوغرافية التي رافقت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حلّت الصور الموضوعية في المرتبة الأولى بين أنواع الصور الفوتوغرافية، التي رافقت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في مجلة الأطفال الأردنية «حاتم»، وذلك بنسبة (38.0%)، تبعتها الصور الشخصية في المرتبة الثانية، ثم الصور الإعلانية في المرتبة الثالثة، فيما جاءت الصور الإخبارية في المرتبة الرابعة، والصور الجمالية في المرتبة الخامسة والأخيرة.

وتختلف هذه النتيجة عن نتيجة دراسة أبو سنة (2004)[227]، التي أسفرت عن حصول الصور الخبرية على الترتيب الأول في المجلات المصرية الثلاث محل دراستها.

وتُعدّ الصور البصرية (المرئية) وفقاً لنظرية تحليل الأطر الإعلاميّة، واحدة من أهم الأدوات التي تستخدمها وسائل الإعلام في تشكيل أطرها الإعلاميّة؛ فمن خلال التكرار والتدعيم لكلمات وصور مُعيّنة، يتم إبراز أفكار مُعيّنة واستبعاد أفكار أخرى.

من هنا، تكون مجلة الأطفال «حاتم» قد عملت على تدعيم موضوعاتها بصور فوتوغرافية، تتصل بما تحمله من معاني وتُعبّر عنها؛ بما يُسهم في شرح وتفسير ما تضمّنته تلك الموضوعات من معلومات إلى الطفل القارئ وتقريبها إلى ذهنه.

الفرع الثامن من سؤال الدراسة الرئيس الثاني: ما نوعيّة الرسوم التي صاحبت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في عيّنة الدراسة من أعداد مجلة «حاتم»؟

حازت الرسوم التعبيرية على المرتبة الأولى بنسبة (69.0%)، والرسوم الجمالية في المرتبة الثانية بنسبة (18.8%)، فيما حلّت الرسوم التوضيحية في المرتبة الثالثة بنسبة مئوية مقدارها (9%)، والرسوم الشخصية في

---

[227]() أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.

المرتبة الرابعة والأخيرة بما نسبته (3.2%)، من إجمالي أنواع الرسوم، التي رافقت المواد التحريرية المُتضمّنة للمعلومات والقيم في مجلة الأطفال «حاتم».

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة أبو سنة (2004)[228]، التي أسفرت عن اعتماد المجلات المصرية الثلاث محل دراستها، على الرسوم التعبيرية والتوضيحية والشخصية، في حين لم يرد الكاريكاتير الا في مجلة "علاء الدين".

والرسوم كإحدى أدوات تشكيل الأطر الإعلاميّة، تُمثّل أهميّة خاصة في مجلات الأطفال، تكاد تتفوق في تأثيراتها على المادة المكتوبة؛ لذا لا يُقتصر استخدامها على الناحية الجمالية فحسب، بل يتعداها إلى النواحي التعبيرية والتوضيحية والتشويقيّة؛ ذلك أن ألوانها تُضفي سحراً خاصاً وجاذبية على المادة التحريرية، كما تؤدي دوراً حيوياً في تكامل الصورة الذهنية لدى الطفل.

ولعلّ تفوق الرسوم التعبيرية على أنواع الرسوم الأخرى المُستخدمة في مجلة «حاتم»، يرتبط بتصدّر القصة، والقصة المصورة، والمَسلسل المصور، للأشكال الأدبية التي تم استخدامها في عرض المعلومات والقيم المُتضمّنة في المجلة، والتي تستلزم جميعها أن تُصاحبها الرسوم التعبيرية؛ لجذب الطفل وتقريب المعنى له.

ثانياً: التوصيات

في ضوء ما أفضت إليه الدراسة من نتائج، نوصي مجلات الأطفال الأردنية، الصادر منها حالياً أو المُحتمل صدورها في المُستقبل، بما فيها مجلة «حاتم» في حال تقرر إعادة إصدارها لاحقاً، بما يأتي:

1. تحديد الجمهور المُستهدف للمجلة بمرحلة مُحددة من مراحل الطفولة، مع مُراعاة حاجات واهتمامات هذه المرحلة، وخصائصها، ومخزونها اللغوي، وميولها القرائية، ومن ثم تقديم موضوعات تُناسب هذه المرحلة من حيث المضمون والشكل، مع ضرورة تثبيت الفئة العُمرية المُستهدفة على غلاف المجلة.
2. ضرورة العمل على تحقيق التوازن في نوعيّة المعلومات المُقدمة إلى الطفل الأردني، من خلال الاهتمام بالمعلومات الاقتصادية، والسياسية، والدينية، والتاريخية، والجغرافية، والأدبية، والرياضية؛ بما يعمل على تنمية وزيادة معارف الطفل وتوسيع مداركه، ويُتيح له فرص التعرّف على ما يدور في العالم من حوله.
3. الاهتمام بنشر منظومات مُتماسكة من المعارف، والحقائق، والمعلومات، حول مُختلف الموضوعات التي تهم الأطفال، مع مُراعاة إخراجها فنياً؛ بما يُمكّن الطفل من جمعها وترتيبها وتنسيقها، ومن ثم الاحتفاظ بها لتُشكّل بذلك نواة لمكتبته الخاصة.

[228]() أبو سنة، نورة حمدي محمد، 2004، مرجع سابق.

4. ضرورة العمل على تحقيق التوازن في المجموعات القيمية المُقدمة إلى الطفل الأردني، من خلال الاهتمام بتقديم مجموعات القيم الاقتصادية، والسياسية (الوطنية)، والاجتماعية، والأخلاقية، والدينية؛ بما يعمل على تنمية شخصية الطفل وربطه بثقافته العربية وحضارته الإسلامية.

5. التركيز على غرس العادات والقيم والتقاليد والتراث الشعبي الأردني لدى الطفل؛ بما يُسهم في تكوين شخصية الطفل الأردني المُرتبطة بمُجتمعه والمُنتمية له.

6. تقديم مواد تُسهم في تربية الطفل الأردني على احترام الاختلاف والتعدد والتنوّع وتقبّل الآخر، وعلى التسامح مع الآخرين، واحترام قيم المُشاركة والحرية والعدالة والمُساواة، وتعويده على احترام الحق بالتعبير عن الرأي، وإكسابه قيم الديمقراطية.

7. ترشيد استخدام المضمون الترفيهي المُقدّم، والعمل على اختيار نوعيّة جيدة من هذه المضامين، التي من شأنها تنشيط ذهن الطفل، وتُعوّده على السؤال والاستفسار، وتُنمّي قدرته على التفكير الإبداعي غير النمطي.

8. ترشيد نشر الإعلانات التجارية في مجلات الأطفال الأردنية، والاقتصار على نشر الإعلانات التي تروّج لمُنتجات وسلع وخدمات خاصة بالطفل، مع ضرورة الاهتمام بشكل الإعلان من حيث ملائمة الصورة أو الرسم، وتناسق الألوان، والابتعاد عن اللهجة العامية.

9. التوسّع في استخدام الفنون الصحفية، بحيث تشتمل على الفنون الإخبارية؛ كالخبر، والحديث، والتحقيق، والحديث، والمقال، والتقرير، والتي تُغطي أحداثاً تهم الأطفال وتُثير اهتمامهم وتربطهم بالعالم المُحيط بهم.

10. التوسّع في استخدام الفنون الأدبية، بحيث تشتمل على الشعر، والسير والتراجم، والحكم والأمثال؛ بما يعمل على إعداد الطفل ليكون قارئاً متذوقاً للأدب وفنونه المتنوّعة.

11. مُراعاة التدقيق في رسم الملامح النفسية والسلوكيّة للشخصيات المحورية في مجلات الأطفال الأردنية، بحيث تُقدّم أنموذجاً للطفل و(الطفلة) النابهين النشيطين، المُتحمسين للعمل والمُشاركة في الحياة العامة.

12. الاهتمام بالصور الفوتوغرافية والرسوم المُقدّمة في مجلات الأطفال الأردنية، من حيث تمثيلها الواقع والبيئة المحليّة، وتوفيرها لعناصر الخيال؛ ما يزيد من معرفة الطفل بالواقع والمُجتمع الذي يعيش فيه، ويُعزز قُدرته على الخيال والإبداع، ويُنمّي إحساسه بالتذوق الجمالي والفني.

ثانياً: المُقترحات

استناداً إلى النتائج والتوصيات السابقة، تُقدّم الدراسة مجموعة المُقترحات الآتية:

1. استحداث مجلة أطفال أردنية (أو أكثر)، تُلبّي حاجات واهتمامات الطفل الأردني، وتُحاكي واقع بيئته وثقافته، وتُخاطب خصوصية هويته الأردنية، على أن تتولى مسؤولية إصدار هذه المجلات إحدى الهيئات المحليّة الرسمية،

وأن تنطلق من فلسفة ورؤى مُحددة، وأهداف واضحة، وخطة عمل مرسومة، وفق الأسس العلمية المُعتمدة في مجال إصدار صُحف ومجلات الأطفال.

2. على الحكومة الأردنية دعم ناشري مجلات الأطفال المحليّة بما يكفل لها الاستمرار.

3. أن تتبنّى الجهات الحكومية والخاصة في المملكة، مسؤولية طبع مجلات الأطفال المحليّة، وطرحها في الأسواق بسعر يُناسب الجميع، مع ضرورة الاهتمام بوصولها إلى الطفل الأردني في كافة أرجاء الوطن.

4. على القائمين على إصدار مجلات الأطفال الأردنية، مُراعاة المراحل العُمرية المُختلفة للأطفال، وتلبية حاجات واهتمامات كل مرحلة على حده.

5. عقد دورات تدريبية مُستمرة للمُشاركين في إعداد وإصدار مجلات الأطفال المحليّة؛ بهدف تأهيلهم وتنمية مهاراتهم ومعارفهم وتطويرهم مهنياً.

6. إشراك تربويين وإعلاميين وكُتّاب أدب الطفل، في مُراجعة وتحليل ما تطرحه مجلات الأطفال الأردنية من موضوعات؛ للتأكد من مدى مُناسبة ما تُقدّمه من مضامين، لخصائص وحاجات مرحلة الطفولة.

7. تشجيع العاملين في مجلات الأطفال الأردنية من محررين، وصحفيين، ومُخرجين، ورسامين وفنيين، من خلال المُسابقات ورصد الجوائز.

8. تصميم برامج مدرسية لمُناقشة ما تُقدّمه مجلات الأطفال المحليّة ونقدها؛ بهدف تنمية قُدرات الأطفال على التقويم والنقد البناء والاختيار الذكي، بحيث لا يتقبلون ما يُقدّم لهم بشكل سلبي.

9. طرح مساقات أكاديمية تُعنى بإعلام وصحافة الطفل في كليات الإعلام الأردنية؛ بقصد رفد مؤسسات الإعلام الأردنية الموجّهة إلى الطفل بملاكات مؤهلة علمياً، تعمل على رفع سوية ما يُقدّم إلى الطفل الأردني من مضامين إعلامية منوّعة.

10. إعداد دراسة مسحية تهتم بدراسة واقع مجلات الأطفال الأردنية؛ للتعرّف على وضعها الراهن وتشخيص المُشكلات ومُحاولة إيجاد حلول مُناسبة لها.

11. إعداد دراسة مُقارنة بين دور مجلات الأطفال الأردنية والعربية في مجال تقديم المعلومات والقيم إلى الطفل.

12. إعداد دراسة ميدانية تقيس مدى تأثير مضامين مجلات الأطفال الأردنية من وجهة نظر الأطفال أنفسهم وأولياء أمورهم في المُجتمع الأردني.

قـائمــة المصــادر والمراجـــع

المراجع العربية:

- إبراهيم، إسماعيل، (2003). **فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق**، ط.3، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

- أبو سنة، نورة حمدي محمد، (2004). **"دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل بمعلومات عن العالم الخارجي"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة عين شمس، القاهرة: مصر.

- أبو معال، عبد الفتاح، (1990). **أثر وسائل الإعلام على الطفل**، ط.1، عمّان: دار الشروق للنشر والتوزيع.

- أحمد، زكريا أحمد، (2012). **نظريات الاتصال: مدخل لاهتمامات وسائل الإعلام جمهورها**، ط.1، القاهرة: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

- إسماعيل، محمود حسن، (1996). **مناهج البحث في إعلام الطفل**، ط.1، القاهرة: دار النشر للجامعات.

- إسماعيل، محمود حسن، (2003). **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، ط.1، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.

- إسماعيل، محمود حسن، (2011-أ). **الإعلام وثقافة الطفل**، ط.1، القاهرة: دار الفكر العربي.

- إسماعيل، محمود حسن، (2011-ب). **مناهج البحث الإعلامي**، ط.1، القاهرة: دار الفكر العربي.

- الأغــا، صهيب كمال، (2010). **"رؤية مقترحة لإعلام الطفل الفلسطيني كمدخل لعملية الضبط الاجتماعي وقبول الآخر"**، ***المنتدى التربوي العالمي في فلسطين، للفترة من 28 – 31 تشرين الأول/ أكتوبر 2010***، رام الله، دولة فلسطين.

- الأنصاري، عيسى محمد (2005). **"صحافة الأطفال ودورها في تزويد الطفل الكويتي بالمعلومات: دراسة على مجلة العربي الصغير"**. ***مجلة كلية التربية- جامعة بور سعيد***، مج.15، ع.1، ص.106-144.

- الأنصاري، عيسى محمد (2006). **"القيم الأخلاقية المتضمنة في مجلات الأطفال الكويتية: دراسة تحليلية"**، ***المجلة التربوية***، ع.79، ص.5-99.

- البحيري، لمياء رشدي، (1999). **"المعلومات العلمية والتكنولوجية في مجلات الأطفال المصرية: دراسة تحليلية لمجلتي سمير وعلاء الدين"**، ***مجلة كلية التربية النوعيّة***، مج.2، ع.1.

- البشر، محمد بن سعود، (1997). **مقدمة الاتصال السياسي**، ط.1، الرياض: مكتبة العبيكان.

- البطش، محمد وليد، وجبريل، موسى، (1991). **"التغير في التفضيلات القيمية عند الأفراد الأردنيين بتقدمهم في العمر"**، مجلة ***أبحاث اليرموك***، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج.7، ع.2، ص.45-81.

- البطش، محمد وليد، وعبد الرحمن، هاني، (1990). **"البناء القيمي لدى طلبة الجامعة الأردنية"**. مجلة ***دراسات***، السلسلة (أ): العلوم الإنسانية، مج.17، ع.3، ص.92-136.

– تقرير مجلس إدارة الرأي السنوي الثالث والعشرون عن السنة المنتهية في 31 كانون الأول 2008، (2008). عمّان: المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»**.**

– جبارة، ماجد، (2006). **"صحافة الطفل .. رسالة ثقافية أم مشروع تجاري؟"**، جريدة ***الرأي*** الأردنية، عمّان، ع. 13176، 2006/10/23، ص.32.

– جدعون، بثينة، (2011). **"مجلات الأطفال في الأردن واقع وتحديات: مجلة حاتم نموذجاً"**، في صالح، منير (محررة)، **راهن أدب الأطفال في الأردن**، ط.1، عمّان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

– جريدة الرأي الأردنية، (2013). **"عدد أخير من «حاتم»"**، عمّان، ع.15571، 2013/6/13، ص.1.

– حجاب، محمد منير، (2010). **نظريات الاتصال**، ط.1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

– حداد، علي، (2005). **"أدب الطفل في التراث الشعبي العربي: المفهوم والخصوصيات التعبيرية"**، مجلة ***الموقف الأدبي***، ع.411، ص.15-43.

– حداد، نبيل، (2011). **في الكتابة الصحفية: السمات، الأشكال، القضايا، المهارات، الدليل**، ط.2، عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.

– حسين، سمير محمد، (1983). **تحليل المضمون: تعريفاته ومفاهيمه ومحدداته استخداماته الأساسية، وحداته وفئاته، جوانبه المنهجية، تطبيقاته الإعلاميّة**، ط.1، القاهرة: عالم الكتب.

– حسين، سمير محمد، (2006). **دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام**، ط.3، القاهرة: عالم الكتب.

– حلاوة، محمد السيد، (2011). **الأدب القصصي للطفل: منظور اجتماعي نفسي**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.

– حمزة، عبد اللطيف، (2002). **المدخل في فن التحرير الصحفي**، ط.5، القاهرة: دار الفكري العربي.

– الحيزان، محمد بن عبد العزيز، (2004). **البحوث الإعلاميّة أسسها أساليبها مجالاتها**، ط.2، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

– خليفة، عبد اللطيف محمد، (1992). **ارتقاء القيم: دراسة نفسية**، سلسلة عالم المعرفة، ع.160، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.

– الخميسي، أحمد حسن، (1996). **"نظرات في غرس القيم: دراسة تربوية"**، مجلة ***الفيصل***، ع. 232، ص.44-47.

– الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2012). **الخبر في وسائل الإعلام**، ط.1، عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

– الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2016). **نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين**، ط.1، عمّان: داراليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

– الراشد، مضاوي عبد الرحمن، والحميد، سهير محمد، (2011). "**دور المجلات السعودية في تنمية القيم الجمالية لدى الأطفال: دراسة تحليلية ناقدة في ضوء تطلعات العصر**"، ***دراسات الطفولة***، مج.14، ع.51، ص.27-53.

– راشد، نتيلة، (1992). "**مجلة الطفل وسيلة لإعطائه نصيباً عادلاً من الثقافة**"، في **الحلقة الدراسية لعام 1990 حول مجلات الأطفال: (القاهرة 24-26 نوفمبر 1990** القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب.

– الرماضنة، أمنة حسين، (2014). **مجلات الأطفال في الأردن : دراسة أدبية فنية**، ط.1، عمان: دار ابن بطوطة للنشر والتوزيع.

– زغيب، شيماء ذو الفقار، (2009). **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلاميّة**، ط.1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

– الزيات، غادة أحمد محمد حسن، (2002). "**الإخراج الفني والرسوم التوضيحية في مجلة الناشيونال جيوجرافيك**"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة حلوان، حلوان، مصر.

– سراج، عبد الله، حمود، (2005). "**أهميّة خصائص المعلومات في بناء اختيار قرارات المنظمة**"، ***مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التيسير***، ع.4، ص.125-136.

– سعيد، سحر رؤوف، (2012). "**المضامين التربوية السائدة في مضامين ملصقات الأطفال العراقية**"، ***مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية***، مج.20، ع.2، ص.562-584.

– سميسم، حميدة، (2002). **الرأي العام وطرق قياسه**، ط.1، عمّان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.

– السندوبي، إيمان السعيد محمد، (1983). "**دور مجلات الأطفال في تنمية القيم الاجتماعية لدى الأطفال المصريين: دراسة مقارنة وتطبيقية لمجلتي "سمير وميكي" في الفترة ما بين 1974 – 1979**"، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

– شوندي، حسن، وكريم، آزاده، (2012). "**رؤية إلى العناصر الروائية**"، ***فصلية دراسات الأدب المعاصر***، ع.10، ص.49 –ص59.

– الصويعي، عبد العزيز سعيد، (1998). **الإخراج الصحفي والتصميم بين الأفكار والأقلام والحواسيب**، ط.1، بيروت: دار الملتقى للطباعة والنشر.

– الطرابيشي، مرفت محمد كامل (1999). "**أثر التعرّض لصحافة الأطفال على إدراك القيم الدينية لدى الطفل المصري، دراسة ميدانية وفقاً لنظرية الغرس الثقافي**"، ***مجلة كلية الآداب- جامعة الزقازيق***، ع.25، ص.31-79.

– الطرابيشي، مرفت محمد كامل (2001). "**دور مجلات الأطفال في دعم الحقوق الاتصالية للطفل المصر: دراسة تحليلية وميدانية بالتطبيق على مجلة علاء الدين**"، ***المؤتمر العلمي السابع لكلية الإعلام/ جامعة القاهر، للفترة 2 – 3 أيار/ مايو 2001، بعنوان: "الإعلام وحقوق الطفل العربي"*** ، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

– العادلي، مرزوق عبد الحكيم، (2004). **الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والاشباعات**، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

– عبد الرحمن، سناء جلال، (2012). **"واقع صحافة الأطفال ودورها المعرفي في العالم العربي: دراسة تحليلية تقويمية"**، مجلة ***الآداب والعلوم الاجتماعية***، ع.3، ص.99-120.

– عبد المجيد، ليلى، وعلم الدين، محمود، (2004). **فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات**، القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع.

– عبد المنعم، زينب محمد، وسامي، رشا محمود، (2012). **تخطيط البرامج الإعلاميّة للطفل**، ط.1، القاهرة: عالم الكتب.

– عبويني، عماد، (2008). **"المضامين التربوية في مجلات الأطفال الأردنية – دراسة تحليل محتوى لمجلتي وسام وحاتم"**، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

– العسكر، فهد بن عبد العزيز بدر، (1998). **الإخراج الصحفي: أهميته الوظيفية واتجاهاته الحديثة**، ط.1، الرياض: مكتبة العبيكان.

– علي، أسامة عبد الرحيم، (1997). **"تأثير الواقع الثقافي على بناء القيم التربوية في صحافة الأطفال: دراسة تحليلية مقارنة لعيّنة من مجلات الأطفال في مصر والسعودية"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الأزهر، القاهرة، مصر.

– علي، أسامة عبد الرحيم، (2006). **القيم التربوية فى صحافة الأطفال: دراسة فى تأثير الواقع الثقافي**، ط.1، القاهرة: إتراك للنشر والتوزيع.

– علي، سلوى إمام، ورزق، سامية سليمان، (1986). **"مجلات الأطفال الصادرة عن الهيئة العامة للاستعلامات ودورها في إمداد الطفل بالمعلومات والقيم المُتضمنة"**، مجلة ***النيل***، الهيئة العامة للاستعلامات، مركز النيل للإعلام والتدريب، ع.28.

– عليان، ربحي مصطفى، (2014). **أدب الأطفال**، ط.1، عمّان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.

– عمرو، محمد جمال، (2003). **"أضواء على صحافة الطفل في الأردن: وسام، حاتم، وبراعم عمّان أنموذجاً"**، في الزعبي، باسم، وعمرو، محمد جمال، (محررين)، **أدب و مسرح الطفل فى الأردن: أوراق ملتقيات عمّان الإبداعية**، ط.1، عمّان: منشورات اللجنة الوطنية العليا لإعلان عمّان عاصمة للثقافة العربية 2002.

– عويس، محمد، (1998). **"دور صحافة الأطفال باعتبارها وسيلة إعلامية تربوية"**، ***المجلة العربية***، مج.22، ع.250، ص.56-57.

– غرايبة، فوزي، وآخرون، (2011). **أساليب البحث العلمي فى العلوم الاجتماعية والإنسانية**، ط.6، عمّان: دار وائل للنشر.

– الفار، محمد جمال، (2014). **معجم المصطلحات الإعلاميّة: أول معجم شامل في كل المصطلحات الإعلاميّة المتداولة في العالم و تعريفاتها**، عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

– فهمي، نجوى عبد السلام عبد العزيز، (1988). **"دور دور مجلات الأطفال في إمداد الطفل المصري بالمعلومات: دراسة تحليلية ميدانية"**، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة القاهرة، القاهرة، مصر.

– كبارة، أسامة ظافر، (2003). **برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية للأطفال**، ط.1، بيروت: دار النهضة العربية.

– كنعان، أحمد علي، (1995). **أدب الأطفال والقيم التربوية: دراسة تتضمن مفهوم الطفولة ونموها وحاجاتها وثقافتها وارتقاء القيم التربوية فيها**، ط.1، دمشق: دار الفكر.

– كيالي، كريمان، (2015). اتصال هاتفي، عمّان، 2015/7/4.

– مزاهرة، منال هلال، (2012). **نظريات الاتصال**، ط.1، عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

– المصلح، أحمد، (1996). **"صحافة الأطفال في الأردن"**، مجلة ***رسالة المكتبة***، مج.31، ع.2، ص.36-40.

– مفلح، غازي (٢٠٠٧). **دليل تدريس اللغة العربية في مناهج التعليم العام**، ط.1، الرياض: مكتبة الرشد.

– مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلى، (2009). **نظريات الاتصال المعاصرة**، ط.8، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

– ملص، سحر، (2011). **"دراسة حول حاجات مجلات الأطفال في الأردن"**، في صالح، منير (محررة)، **راهن أدب الأطفال في الأردن**، ط.1، عمّان: دار غيداء للنشر والتوزيع.

– الموسى، عصام، (2009). **المدخل في الاتصال الجماهيري**، ط.6، عمّان: إثراء للنشر والتوزيع.

– النجار، تغريد، والفحماوي، كمال، (1978). **"دراسة موجزة حول صحافة الأطفال ودور مجلة سامر في هذا المجال"**، ***دراسة صادرة عن مركز هيا الثقافي ومؤسسة سامر للصحافة***، عمّان: الأردن.

– **النشرة الإعلاميّة الصادرة عن «الرأي»**، (2008). عمّان: المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»**.**

– نصر، حسني، وعبد الرحمن، سناء، (2009). **التحرير الصحفي في عصر المعلومات: الخبر الصحفي**، ط.2، العين: دار الكتاب الجامعي.

– النقيب، إيمان العربي، (2011). **المسرح والقيم التربوية للطفل**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع.

– همّام، طلعت، (1984). **مائة سؤال عن الإخراج الصحفي**، ط.1، عمّان: دار الفرقان للنشر والتوزيع.

– همشري، عمر أحمد، (2003). **التنشئة الاجتماعية للطفل**، ط.1، عمّان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

– هندي، صالح ذياب، (1995). **أثر وسائل الإعلام على الطفل**، ط.2، عمّان: دار الفكر للنشر والتوزيع.

– ويمر، روجر، ودومينيك، جوزيف، (2013). **مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي**، (ترجمة صالح أبو أصبع وفاروق منصور)، ط.1، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية. (الكتاب الأصلي منشور سنة 2011).

– يوسف، عبد التواب، (2002) **أطفالنا وعصر العلم والمعرفة**، سلسلة فصول في ثقافة الطفل، دمشق: دار الفكر المُعاصر.

– اليونس، يونس، وآخرون، (2006). **"دراسة تقويمية شاملة لمجلة حاتم للأطفال الصادرة عن المؤسسة الصحفية الأردنية «الرأي»"**، مجلة ***دراسات: العلوم التربوية***، مج.33، ع.1، ص.27-50.

مواقع الانترنت:

– **الموقع الرسمي لديوان التشريع والرأي**، [On Line]، متاح على:
http://www.lob.gov.jo/ui/laws/search_no.jsp?no=43&year=1976

– **الموقع الرسمي لمنظمة الأمم المتحدة للطفولة - اليونيسيف**، [On Line]، متاح على:
http://www.unicef.org/arabic/crc/files/crc_arabic.pdf

– **الموقع الرسمي لوزارة التنمية الاجتماعية في المملكة الأردنية الهاشمية**، [On Line]، متاح على:
http://www.mosd.gov.jo/index.php?option=com_content&view=article&id=786

Foreign References:

- Abadie, E. (2011). "**Historical Overview of Children's Magazines**", (unpublished master's thesis), The University of Mississippi, Oxford, Mississippi: U.S.A.

Antlitz, P. (1990). "***Children's Magazine Use in A Selected School***", (unpublished master's thesis), Long Island University, Northern Blvd, Brookville, New York: U.S.A.

- Baxter, S. & Perkins, A. (2010). "**Examining the Nature of Australian Child-directed Magazine Advertising**". University of Newcastle, Callaghan, New South Wales: Australia.

- Baysha, O. & Hallahan, K. (2004). "**Media framing of the Ukrainian political crisis, 2000–2001**", ***Journalism Studies***, Vol.5, Issue 2, PP.233-246.

- Belsches, J. F. (1978). "**The Use of Children's Magazines in a Public Library**", (unpublished master's thesis), University of North Carolina, Chapel Hill, North Carolina : U.S.A.

- Carter, N. L. (2009). "**A study of Japanese children's magazines 1888 - 1949**", (unpublished doctoral dissertation), University of Pennsylvania, Pennsylvania: U.S.A.

- Cobb, C. J. (1986). "**Patterns of Newspaper Readership among Teenagers**", ***Communication Research***, Vol.13, Issue.2, pp.299-326.

- Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. **Hand book of Qualitative Research**, 2nd Ed. Thousand Oaks-CA: Sage Publications, 2000.

- Entman, R. M. (1991). "**Framing U.S. Coverage of International News: Contrasts in Narratives of the KAL and Iran Air Incidents**", ***Journal of Communication***. Vol.41, Issue.4, PP. 6-27.

- Entman, R. M. (1993). "**Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm**", ***Journal of Communication***, Vol.43, Issue.4, PP.51–58.

− Frederick, W. (1984). **New Communications**, Belmont, California: Wadsworth Publishing Company Inc.

− Gamson, W. A. & Lasch, K. E. (1980). "**The Political Culture of Social Welfare Policy**", CRSO Working Paper No.221, Michigan: Center for Research on Social Organization University of Michigan.

− Gamson, W. A. & Modigliani, A. (1987). "**The Changing Culture of Affirmative Action**", ***Research in Political Sociology***, Vol. 3, pp.137-177.

− Iyengar, S. (1979). **"Television News and Issue Salience A Reexamination of the Agenda-Setting Hypothesis"**, ***American political quarterly***, Vol.7, Issue 4, PP. 395-416.

− Iyengar, S. & Simon, A. (1993). "**News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing**", ***Communication Research***, Vol.20, No.3, pp. 365-383.

− Martinson, M. & Hinnant, A. (2008). "**Gender Depictions in Children's Magazines**", ***The Annual Meeting of the International Communication Association***, during May 22, 2008, Montreal, Quebec: Canada.

− McQuail, D. (2010). **McQuail's Mass Communication Theory**, 6th edition, London: SAGE publications.

− Millet, B. (1987). "**Samir, Mickey, Sindbad et les autres. Histoire de la presse enfantine en Égypte**", Cedej, Dossiers du Cedej, Le Caire.

− Patton, M. Q. **Qualitative Research and Evaluation Methods**, 3rd Ed. Thousand Oaks-CA: Sage Publications, 2002.

− Pugliese, G. (2009). "**Reading children: Constructions of childhood in England's nineteenth-century children's periodicals, 1855-1875**", (unpublished doctoral dissertation), State University of New York, Binghamton, New York : U.S.A.

− Scofield, M. E. (1986). "**An Evaluation of Magazines for The Very Young**", (unpublished master's thesis), Northern Michigan University, Marquette, Michigan: U.S.A.

− Severin, W. J. & Tankard, J. W. (2001). **Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media**, 5th.edition, New York: Addison Wesley Longman.

− Signorielli, N. & Morgan M. (Editors), (1990). "**Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology**", **in Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research**, Newbury Park, California: Sage Publications Inc.

- Smith, D. M. (1982). "**Explaining everyday life: Some Aspects of Children's use of mass media for information**", ***International Communication Gazette***, Vol.30, Issue.2, pp.73-87.

- Teo, T. (2000). "**Eduard Spranger**". In Kazdin A. E. (Editor.), **Encyclopedia of psychology**. Vol.7, pp.458-459. New York: Oxford University Press.

- Weaver, D., McCombs, M. & Spellman, C. (1975). "**Watergate and the Media. A case study of agenda-setting**", ***American Politics Quarterly***, Vol.3, pp.458-472.

- Wood, J. T. (2000). **Communication Theories in Action: An Introduction**, 2nd edition, Belmont: Wadsworth, a division of Thomson Learning.

- Zur, D. (2011). "**The Construction of the Child in Korean Children's Magazines, 1908-1950**". (unpublished doctoral dissertation), University Of British Columbia, West Mall, Vancouver: BC Canada.

Websites:

- Adamski, A. (2011). "**Role of the Children's Press in the Process of Education – the Polish Experience".** University of Stefan Cardinal Wyszyński, Institute of the Media Education and Journalism (Poland), [On Line], available on: http://conference.pixel-online.net/edu_future/common/download/Paper_pdf/MLE14-Adamski.pdf

المُلحق

قائمة بأسماء مُحكمي أداة الدراسة

الرقم	الاسم	الرتبة العلمية	التخصص العلمي	جهة العمل	الدولة
1	حميدة سميسم	أستاذ	دعاية ورأي عام	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
2	أديب خضور	أستاذ	تحرير إعلامي	جامعة الشرق الأوسط/ سابقاً	الأردن
3	تيسير أبو عرجة	أستاذ	تاريخ الصحافة	جامعة البترا	الأردن
4	عطا الله الرمحين	أستاذ	إعلام ورأي عام	جامعة الشرق الأوسط/ سابقاً	الأردن
5	محمود عَرابّي	أستاذ	علم اجتماع	جامعة عمر المُختار/ سابقاً	ليبيا
6	غازي خليفة	أستاذ	مناهج وطُرق التدريس	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
7	رائد البياتي	أستاذ مُشارك	إذاعة وتلفزيون	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
8	كامل خورشيد	أستاذ مُشارك	إعلام	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
9	صباح ياسين	أستاذ مُساعد	صحافة ونشر	جامعة الشرق الأوسط	الأردن
10	محمد سلطان	أستاذ مُساعد	علاقات عامة	جامعة البترا	الأردن
11	عبد الكريم الدبيسي	أستاذ مُساعد	إعلام	جامعة البترا	الأردن
12	سَهير السوداني	أستاذ مُساعد	علم نفس إعلامي	جامعة البترا	الأردن
13	إكرام الجندي	أستاذ مُساعد	رياض أطفال	جامعة جازان	السعودية
14	لمياء المهدي	أستاذ مُساعد	تربية فنية	جامعة حلوان	مصر
15	دعاء عادل	مُحاضرة	إعلام	جامعة جازان	السعودية


OMNIScriptum